



Consejo de la
Unión Europea

Bruselas, 13 de diciembre de 2022
(OR. en)

**Expediente interinstitucional:
2021/0381(COD)**

**16013/1/22
REV 1**

**AG 159
COMPET 1027
INST 460
PE 154
DATAPROTECT 360
FREMP 269
CONSOM 338
TELECOM 524
AUDIO 139
MI 937
DISINFO 107
FIN 1356
CODEC 2009**

RESULTADO DE LOS TRABAJOS

De:	Secretaría General del Consejo
A:	Delegaciones
N.º doc. prec.:	15669/22
N.º doc. Ción.:	14374/21 + COR 1 + COR 1 REV 1; + ADD 1 + COR 1 + ADD 1 COR 1 REV 1; + ADD 2 to 4 - COM(2021) 731 final
Asunto:	Propuesta de REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política - Orientación general

Adjunto se remite a las delegaciones, en el [anexo](#) de la presente nota, el texto de la orientación general acordada por el Consejo de Asuntos Generales en su sesión del 13 de diciembre de 2022.

Propuesta de
REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO
sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política

(Texto pertinente a efectos del EEE)

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, y en particular sus artículos 16 y 114,

Vista la propuesta de la Comisión Europea,

Previa transmisión del proyecto de acto legislativo a los Parlamentos nacionales,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo¹,

Visto el dictamen del Comité de las Regiones²,

De conformidad con el procedimiento legislativo ordinario,

¹ DO C ... de ..., p.

² DO C ... de ..., p.

Considerando lo siguiente:

- (1) La oferta y la demanda de publicidad política están creciendo y tienen un carácter cada vez más transfronterizo. Esta actividad lleva asociado un gran y creciente número de servicios diversificados, tales como consultorías políticas, agencias de publicidad, plataformas de tecnología publicitaria, empresas de relaciones públicas, influentes y diversos operadores de intermediación y análisis de datos. La publicidad política puede adoptar muchas formas, como contenidos de pago, resultados de búsqueda patrocinados, mensajes dirigidos de pago, posiciones destacadas en clasificaciones, promoción de algo o de alguien integrada en contenidos, como por ejemplo emplazamiento de productos, influentes y otras formas de aval. Las actividades conexas pueden incluir, por ejemplo, la difusión de publicidad política a petición de un patrocinador o la publicación de contenidos a cambio de una retribución.
- (2) La publicidad política puede difundirse o publicarse a través de diversos canales y medios de comunicación a través de las fronteras. Puede difundirse o publicarse a través de medios tradicionales fuera de línea, como periódicos, televisión y radio, y también cada vez más a través de plataformas en línea, sitios web, aplicaciones móviles, juegos de ordenador y otras interfaces digitales. Estos últimos no solo son particularmente propensos a ofrecerse a escala transfronteriza, sino que también plantean retos novedosos y difíciles en materia de reglamentación y ejecución. El uso de la publicidad política en línea está aumentando considerablemente y determinadas formas lineales de publicidad política fuera de línea, como la radio y la televisión, también se ofrecen en línea como servicios a la carta. Las campañas de publicidad política suelen organizarse para hacer uso de todo un abanico de medios y formas.
- (3) Puesto que la publicidad, incluida la de carácter político, normalmente se presta a cambio de una remuneración, ***que puede incluir una prestación en especie***, constituye una actividad de servicios con arreglo al artículo 57 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). En la Declaración n.º 22 relativa a las personas discapacitadas, aneja al Tratado de Ámsterdam, la Conferencia de representantes de los Gobiernos de los Estados miembros convino en que, al elaborar medidas con arreglo al artículo 114 del TFUE, las instituciones de la Unión deben tener en cuenta las necesidades de las personas discapacitadas.

(4) La necesidad de garantizar la transparencia es un objetivo público legítimo, de conformidad con los valores compartidos por la UE y sus Estados miembros en virtud del artículo 2 del Tratado de la Unión Europea (TUE). No siempre es fácil para los ciudadanos reconocer la publicidad política y ejercer sus derechos democráticos con conocimiento de causa. ***La creciente sofisticación de la desinformación, la diversificación de los agentes, la rápida evolución de las nuevas tecnologías y la intensificación de la difusión de interferencias manipuladoras son retos importantes para la Unión y los Estados miembros. La publicidad política puede ser un vector de desinformación, en particular cuando no revela su naturaleza política y cuando está segmentada o amplificada.*** Entre otras razones, es necesario un nivel elevado de transparencia para propiciar un debate político abierto y justo ***a fin de garantizar campañas políticas democráticas,*** y elecciones o referendos libres y justos, así como para luchar contra la desinformación y las injerencias ilícitas, incluidas las procedentes del extranjero. [...]. La transparencia de la publicidad política contribuye a que los votantes detecten mejor cuándo están siendo expuestos a un anuncio político en cuyo nombre se hace la publicidad y de qué manera están siendo segmentados por un proveedor de servicios publicitarios, de modo que los votantes estén mejor situados para elegir con conocimiento de causa.

(4 bis) El presente Reglamento persigue garantizar la prestación de publicidad política con pleno respeto de los derechos fundamentales, incluidos, entre otros, los derechos en materia de protección de datos.

- (5) En el contexto de la publicidad política, *con frecuencia se hace uso de* técnicas de segmentación y amplificación *basadas en el tratamiento de datos personales, en particular datos observados e inferidos, como los datos que revelan opiniones políticas y otras categorías especiales de datos [...] [...]*. Las técnicas de segmentación [...] deben entenderse como técnicas que se utilizan para dirigir un anuncio político [...] únicamente a una persona o grupo de personas específicos, *habitualmente con contenido personalizado [...] basado en el tratamiento de datos personales, con independencia de cómo se hayan obtenido esos datos. Las técnicas de amplificación, que incluyen una amplia gama de técnicas de optimización y de entrega de anuncios, tienen como objetivo [...] aumentar la circulación, el alcance o la visibilidad de un anuncio político sobre la base del tratamiento de datos personales, con independencia de cómo se hayan obtenido estos datos*. Dado el poder de la segmentación y el potencial de uso indebido de los datos personales *mediante estas técnicas [...]*, en particular mediante la microsegmentación y otras técnicas avanzadas, tales técnicas pueden plantear graves amenazas para intereses públicos legítimos, como la equidad, la igualdad de oportunidades y la transparencia en los procesos electorales y el derecho fundamental a ser informado de manera objetiva, transparente y plural.
- (6) En la actualidad, la regulación de la publicidad política es heterogénea en los Estados miembros, que en muchos casos suelen centrarse en las formas tradicionales de los medios de comunicación. Existen restricciones específicas que incluyen la prestación transfronteriza [...] de servicios de publicidad política. Algunos Estados miembros prohíben que los proveedores de servicios de la UE establecidos en otros Estados miembros presten servicios de carácter político o con fines políticos durante los períodos electorales. Al mismo tiempo, es probable que en determinados Estados miembros existan carencias y lagunas en la legislación nacional, lo que supone que en ocasiones la publicidad política se difunda obviando las normas nacionales pertinentes, socavando así el objetivo de la regulación de la transparencia referente a la publicidad política.
- (7) Para reforzar la transparencia de la publicidad política y atender a las preocupaciones de los ciudadanos, algunos Estados miembros ya han explorado o están considerando la posibilidad de adoptar medidas adicionales para abordar la transparencia de la publicidad política y apoyar un debate político justo y unas elecciones o referendos libres y justos. Estas medidas nacionales están orientadas especialmente a la publicidad publicada y difundida en línea y pueden incluir prohibiciones adicionales. Además, son de naturaleza tanto indicativa como vinculante e implican diferentes elementos de transparencia.

- (8) Esta situación genera fragmentación en el mercado interior, reduce la seguridad jurídica para los proveedores de servicios de publicidad política que preparan, insertan, *promocionan*, publican o difunden anuncios políticos, crea obstáculos a la libre circulación de los servicios conexos, falsea la competencia en el mercado interior, en particular entre los proveedores de servicios en línea y fuera de línea, y exige esfuerzos complejos de cumplimiento y costes adicionales para los proveedores de servicios afectados.
- (9) En este contexto, es probable que los proveedores de servicios de publicidad política sean reticentes a prestar sus servicios de publicidad política en situaciones transfronterizas. Este es especialmente el caso de las microempresas y las pymes, que a menudo no disponen de los recursos necesarios para absorber o repercutir los elevados costes de conformidad relacionados con la preparación, inserción, *promoción*, publicación o difusión de publicidad política en más de un Estado miembro. Ello limita la disponibilidad de servicios e incide negativamente en la posibilidad de que los proveedores de servicios innoven y ofrezcan campañas a través de múltiples medios en varios países dentro del mercado interior.
- (10) Por consiguiente, debe garantizarse en la Unión un nivel de transparencia coherente y elevado en la publicidad política cuando se presten servicios publicitarios de este tipo, al tiempo que deben evitarse las divergencias que obstaculizan la libre circulación de servicios conexos dentro del mercado interior estableciendo obligaciones de transparencia uniformes para los proveedores de servicios de publicidad política que aseguren la protección uniforme de los derechos de las personas y la supervisión en todo el mercado interior sobre la base del artículo 114 del TFUE.
- (11) Los Estados miembros no deben mantener ni introducir, en su legislación nacional, disposiciones *sobre la transparencia de la publicidad política que sean* contrarias a las fijadas en el presente Reglamento, en particular disposiciones más o menos estrictas que den lugar a diferentes niveles de transparencia en la publicidad política. La plena armonización de los requisitos de transparencia vinculados a la publicidad política incrementa la seguridad jurídica y reduce la fragmentación de las obligaciones que los proveedores de servicios deben cumplir en el contexto de la publicidad política.

- (12) La plena armonización de los requisitos de transparencia debe entenderse sin perjuicio de la libertad de los proveedores de servicios de publicidad política de proporcionar voluntariamente información adicional sobre la publicidad política, *por ejemplo, el índice de clics de un determinado anuncio político en línea*, como parte de la libertad de expresión y *de información* protegida en virtud del artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales.
- (13) El presente Reglamento *se limita a armonizar las normas sobre la transparencia, la segmentación y la amplificación de la publicidad política. No afecta [...] ni al [...] contenido de los anuncios políticos [...] ni a las normas de la Unión o de los Estados miembros que regulan aspectos de la publicidad política que no están regulados por el presente Reglamento. Como tal, este Reglamento no modifica las normas que regulan la realización y financiación de campañas políticas, incluidas las prohibiciones o limitaciones generales de la publicidad política durante períodos específicos, las denominadas jornadas de reflexión, y las donaciones a las campañas procedentes de donantes individuales o las prohibiciones relativas al uso de publicidad comercial para fines de campaña electoral [...] [...]*
- (13 bis) *Las necesidades específicas de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas deben tenerse en cuenta a la hora de aplicar y hacer cumplir el presente Reglamento, en consonancia con el principio de proporcionalidad. El concepto de microempresas y pequeñas y medianas empresas debe entenderse en el sentido del artículo 3, apartados 1 a 3, de la Directiva 2013/34/UE.*

- (14) El Reglamento debe establecer requisitos armonizados de transparencia aplicables a los agentes económicos que proporcionan publicidad política y prestan servicios conexos (es decir, actividades que se prestan normalmente a cambio de una remuneración, **que puede incluir una prestación en especie**); estos servicios consisten, en particular, en la preparación, inserción, promoción, publicación y difusión de **anuncios** políticos [...]. Las normas del presente Reglamento que prevén un nivel elevado de transparencia de los servicios de publicidad política se basan en el artículo 114 del TFUE. Asimismo, el Reglamento debe abordar el uso de técnicas de segmentación y amplificación en el contexto de la [...] publicidad política que **estén basadas en** el tratamiento de datos personales, **con independencia de si implica un servicio**. Las normas del presente Reglamento que regulan el uso de la segmentación y la amplificación se basan en el artículo 16 del TFUE. La publicidad política dirigida a personas en un Estado miembro debe incluir la publicidad totalmente preparada, insertada, **promovida**, [...] publicada o difundida por proveedores de servicios establecidos fuera de la Unión, pero difundida a personas dentro la Unión. Para determinar si un anuncio político está dirigido a personas en un Estado miembro, deben tenerse en cuenta los factores que lo vinculan a dicho Estado miembro, como la lengua, el contexto, el objetivo del anuncio y sus medios de difusión.
- (14 bis) Las especificidades del medio de publicación o difusión del anuncio político deben tenerse en cuenta en la aplicación del presente Reglamento, en particular para adaptar las modalidades a a la televisión, la radio y los periódicos, según corresponda, de acuerdo con el Derecho de la UE.**
- (15) No existe una definición de «publicidad política» o «anuncio político» a escala de la Unión. Es necesaria una definición común para establecer el ámbito de aplicación de las obligaciones armonizadas de transparencia y las normas sobre segmentación y amplificación. Esta definición debe abarcar las múltiples formas que puede adoptar la publicidad política y cualquier medio y modo de publicación o difusión dentro de la Unión, con independencia de que la fuente esté situada en la Unión o en un tercer país.

- (16) La definición de publicidad política debe incluir la publicidad *preparada, insertada, promovida*, publicada o difundida directa o indirectamente por un actor político o *preparada, insertada, promovida*, publicada o difundida directa o indirectamente en nombre de un actor político o por su cuenta. *La publicidad política suele estar directa o indirectamente bajo el control de un patrocinador, que puede ser un actor político y que, en particular, puede determinar el carácter político, el contenido o la publicación de la publicidad política que se está preparando, insertando, promocionando, publicando o difundiendo. En ocasiones, otra entidad puede ejercer en última instancia un control efectivo sobre la toma de decisiones pertinente del patrocinador, proporcionando financiación o mediante otras formas de control, incluido el control empresarial. Por consiguiente, debe garantizarse que las normas de transparencia establecidas en el presente Reglamento contemplen tales situaciones.* Dado que los anuncios realizados por un actor político, en su nombre o por su cuenta no pueden separarse de su actividad en cuanto actor político, cabe presumir que pueden influir en el debate político, salvo en el caso de mensajes de carácter estrictamente privado o estrictamente comercial. *Para determinar si un mensaje es de carácter estrictamente privado o estrictamente comercial, deben tenerse en cuenta todos los factores pertinentes, como su contenido, el lenguaje utilizado para transmitirlo, el contexto en el que se transmite, incluido el período de difusión, el objetivo del mensaje y los medios por los que se promueve, publica o difunde, así como la audiencia a que va destinado. Los mensajes en nombre de un actor político o por su cuenta, promovidos, publicados o difundidos a un número potencialmente ilimitado de terceros no deben considerarse estrictamente privados.*

- (17) La **promoción**, publicación o difusión por parte de otros agentes de un mensaje que pueda influir en el resultado de una elección o referéndum, **en un comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario [...] a escala de la Unión, nacional, regional local o de un partido político**, y **esté diseñado para ello**, también deben constituir publicidad política. **Debe existir un vínculo claro y sustancial entre el mensaje y su potencial para influir en el resultado de unas elecciones o un referéndum, en un proceso legislativo o reglamentario o en un comportamiento electoral.** Para determinar **la existencia de dicho vínculo [...]**, deben tenerse en cuenta todos los factores pertinentes, como el **patrocinador del mensaje**, el contenido del mensaje, el lenguaje utilizado para transmitirlo, el contexto en el que se transmite, **incluido el período de difusión, como un período electoral**, el objetivo del mensaje, [...] los medios por los que se **promueve**, publica o difunde, **así como la audiencia a que va destinado**. Los mensajes sobre cuestiones sociales o controvertidas (**la denominada «publicidad temática»**) pueden influir [...] en el resultado de una elección o referéndum, en un proceso legislativo o reglamentario o en el comportamiento electoral, y **estar diseñados para ello**.
- (18) **En interés de la comunicación eficaz con el público en general, la comunicación pública por una autoridad pública, en particular los miembros de un Gobierno, de un Estado miembro, en su nombre o por su cuenta —por ejemplo, comunicados de prensa o conferencias que anuncien iniciativas legislativas o reglamentarias y expliquen la elección política en que se basan dichas iniciativas—, no debe constituir publicidad política, siempre que no esté diseñada para influir en el resultado de una elección o referéndum, en el comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario.** **En el mismo sentido**, la información práctica procedente de fuentes oficiales **de los Estados miembros de la Unión exclusivamente** sobre la organización y las modalidades de participación en elecciones o referendos, **incluidos las candidaturas o el tema de la pregunta sometida a referéndum**, tampoco debe constituir publicidad política.

- (18 bis) *El presente Reglamento no debe aplicarse cuando un espacio público específico para la presentación de candidatos esté expresamente establecido por ley y se asigne gratuitamente, por ejemplo, destinando espacio para dicha presentación en los ayuntamientos y otras zonas públicas o un determinado tiempo de emisión en la televisión, cuando se haga de manera justa y no discriminatoria, sobre la base de criterios transparentes y objetivos.*
- (19) Las *opiniones* políticas expresadas [...] *bajo responsabilidad editorial en cualquier medio, incluidos, entre otros, los programas de servicios de comunicación audiovisual en el sentido del artículo 1, apartado 1, letra a), de la Directiva 2010/13/UE, en radiodifusión lineal y no lineal [...], [...]* publicadas en medios de comunicación impresos *o en medios en línea, a menos que se haya proporcionado una remuneración específica por la opinión política expresada*, o en relación con ella [...], no deben incluirse en el ámbito de aplicación del presente Reglamento.
- (20) A efectos del presente Reglamento, por «elecciones» deben entenderse las elecciones al Parlamento Europeo, así como todas las elecciones o referendos organizados a nivel nacional, regional y local en los Estados miembros y las elecciones para instaurar la cúpula de los partidos políticos. No debe incluir otras formas de elecciones, como las votaciones organizadas de forma *profesional o* privada.
- (21) Es necesario definir los anuncios políticos como ejemplo de publicidad política. Los anuncios incluyen los medios por los que se comunica el mensaje publicitario, ya sea en prensa, por medios de radiodifusión o a través de un servicio de plataformas en línea.
- (22) Los actores políticos en el sentido del presente Reglamento deben referirse a conceptos definidos por el Derecho de la Unión, así como en el Derecho nacional, en consonancia con instrumentos jurídicos internacionales como los del Consejo de Europa. El concepto de *actores* [...] políticos debe incluir [...] a *las* entidades afiliadas y asociadas *de un partido político* establecidas, con o sin personalidad jurídica, con el fin de apoyar*lo* [...] o perseguir sus [...] objetivos, por ejemplo, interactuando con un grupo específico de votantes o para una finalidad electoral específica.

- (23) El concepto de actores políticos también debe incluir a los *candidatos o titulares de cualquier cargo electo* [...] [...] [...] y miembros de *los Gobiernos de los Estados miembros a escala* [...] nacional, regional o local *o de una institución europea, a excepción del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, el Banco Central Europeo y el Tribunal de Cuentas.* [...].
- (24) Por «campana publicitaria» debe entenderse la preparación, *inserción, promoción,* publicación y difusión de una serie de anuncios conexos en el transcurso de un contrato de publicidad política, sobre la base de una preparación, patrocinio y financiación comunes. [...].
- (25) La definición de publicidad política no debe afectar a las definiciones nacionales de partidos políticos, objetivos políticos o [...] campañas, *ni modificar las normas electorales* a escala nacional, *o interferir en ellas.*
- (25 bis) *La definición de actor político no interfiere en las normas nacionales sobre quién puede realizar una campaña política y no debe obligar a los Estados miembros a definir dichas normas.*
- (26) A fin de abarcar la amplia gama de proveedores de servicios afectados relacionados con los servicios de publicidad política, debe entenderse que los proveedores de servicios de publicidad política incluyen a los proveedores que intervienen en la preparación, inserción, promoción, publicación *o* [...] difusión de *anuncios* políticos[...]. *No debe entenderse que los proveedores que prestan servicios exclusivamente auxiliares en relación con servicios de publicidad política son proveedores de servicios de publicidad política en el sentido del presente Reglamento. Los servicios auxiliares son servicios que normalmente dependen de un servicio de publicidad política y lo complementan, pero que no influyen directamente en el contenido o la presentación de un anuncio político, ni ejercen un control directo sobre su preparación, inserción, promoción, publicación o difusión. Estos servicios incluyen, por ejemplo, los servicios postales, los servicios de impresión, el diseño gráfico, sonoro o fotográfico y los servicios de «mera transmisión», «memoria caché» y «computación en nube», en el sentido del Reglamento (UE) 2022/xxx [Reglamento de Servicios Digitales].*

- (26a) *Debe entenderse por editores de publicidad política los proveedores de servicios de publicidad política, normalmente al final de la cadena de proveedores de servicios, que publican y difunden publicidad política mediante radiodifusión, poniéndolo a disposición pública a través de una interfaz o de cualquier otro modo.*
- (26b) *Por patrocinador debe entenderse aquella persona o entidad en cuyo nombre se prepara, inserta, promociona, publica o difunde el anuncio político, por ejemplo, un candidato individual en unas elecciones, un tercero registrado o un partido político.*
- (27) El concepto de servicios de publicidad política no debe incluir los mensajes compartidos por particulares a título meramente personal. **No obstante**, no debe considerarse que las personas actúan a título personal si publican mensajes cuya difusión o publicación se realiza a cambio de la remuneración de **un tercero** [...].
- (28) Cuando el **patrocinador declare que la publicidad** [...] [...] es política [...] debe indicarse claramente este extremo a otros proveedores de servicios que intervengan en los servicios de publicidad política. **El patrocinador debe hacer esta declaración de forma veraz**. Además, una vez [...] que **la publicidad** [...] haya sido señalada como publicidad política [...] su difusión ulterior debe seguir cumpliendo los requisitos de transparencia. Por ejemplo, **un anuncio político, tal como se define en el presente Reglamento** [...], debe seguir etiquetándose como publicidad política incluso cuando se comparta de manera orgánica. **En el marco de un contrato, la falta de buena fe debe generar la responsabilidad contractual.**

- (28a) *Habida cuenta de la importancia de garantizar, en particular, la eficacia de los requisitos de transparencia, los patrocinadores y los proveedores de servicios de publicidad política que actúen en nombre de patrocinadores deben transmitir la información pertinente de buena fe de manera completa, precisa y sin demoras injustificadas, a fin de que los demás proveedores de servicios de publicidad política en la cadena puedan cumplir lo dispuesto en el presente Reglamento. Cuando el editor de publicidad política sea el único proveedor de servicios de publicidad política, el patrocinador debe comunicar dicha información al editor de publicidad política. En caso de una declaración o de información manifiestamente errónea, los proveedores de servicios publicitarios deben solicitar la corrección de su declaración a los patrocinadores y a los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores.***
- (28b) *Una declaración o información debe considerarse manifiestamente errónea si así se desprende del contenido del anuncio, de la identidad del patrocinador o del contexto en el que se presta el servicio de que se trate, sin comprobaciones ni ejercicios de verificación adicionales.***
- (29) Las normas sobre transparencia establecidas en el presente Reglamento solo deben aplicarse a los servicios de publicidad política, es decir, a la publicidad política que se presta normalmente a cambio de una remuneración, que puede incluir una prestación en especie. Los requisitos de transparencia no deben aplicarse a los contenidos cargados por un usuario de un servicio de intermediación en línea, como por ejemplo una plataforma en línea, y difundidos por el servicio de intermediación en línea sin considerar la inserción, publicación o difusión del mensaje específico, a menos que un tercero haya remunerado al usuario por el anuncio político.
- (30) Los requisitos de transparencia tampoco deben aplicarse al intercambio de información a través de servicios de comunicaciones electrónicas, como los servicios de mensajería electrónica o las llamadas telefónicas, siempre que no intervenga ningún servicio de publicidad política.

- (31) La libertad de expresión **y de información**, protegida por el artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales, ampara el derecho de una persona a tener opiniones políticas, a recibir y comunicar información política y a compartir ideas políticas. Toda limitación de **esta libertad** [...] debe ajustarse al artículo 52 de la Carta de los Derechos Fundamentales. **Esta** [...] [...] libertad puede estar sujeta a modulaciones y restricciones cuando estén justificadas por la persecución de un interés público legítimo y respeten los principios generales del Derecho de la Unión, como los de proporcionalidad y seguridad jurídica. Así sucede, por ejemplo, cuando las ideas políticas se comunican a través de proveedores de servicios de publicidad.
- (31 bis) El presente Reglamento no debe tener por efecto el de exigir a los Estados miembros la adopción de medidas contrarias a los principios fundamentales relativos a la libertad de expresión, en particular las libertades de prensa y de expresión en otros medios de comunicación, tal como se derivan de tradiciones constitucionales, ni las normas que regulen los derechos y las responsabilidades de la prensa o de otros medios de información así como sus garantías procesales, cuando esas normas se refieren al establecimiento o a la limitación de la responsabilidad.**
- (32) Por lo que se refiere a los intermediarios en línea, el Reglamento (UE) 2022[...] 2/XX [Reglamento de Servicios Digitales] se aplica a los anuncios políticos publicado o difundidos por intermediarios en línea a través de normas horizontales aplicables a todos los tipos de publicidad en línea, incluidos los anuncios comerciales y políticos. Partiendo de la definición de publicidad política establecida en el presente Reglamento, conviene proporcionar un mayor grado de detalle a los requisitos de transparencia fijados para los editores de publicidad que entran en el ámbito de aplicación del Reglamento (UE) 2022[...] /XX [Reglamento de Servicios Digitales], en particular las plataformas **en línea** de muy gran tamaño. Este aspecto afecta, en particular, a la información relacionada con la financiación de los anuncios políticos. Los requisitos del presente Reglamento no afectan a las disposiciones del Reglamento de Servicios Digitales, notablemente en lo que se refiere a las obligaciones de evaluación y mitigación de riesgos para las plataformas en línea de muy gran tamaño en relación con sus sistemas de publicidad.

- (33) Las actividades de preparación, inserción, promoción, publicación y difusión de **anuncios** [...] políticos pueden implicar una cadena compleja de proveedores de servicios. Esta cadena se da, concretamente, cuando diferentes proveedores de servicios asumen el control de la selección de contenidos publicitarios, de la selección de criterios de segmentación y **amplificación**, del suministro de los datos utilizados para la segmentación y **amplificación** de un anuncio, de la prestación de las técnicas de segmentación y **amplificación**, de la entrega de un anuncio y de su difusión. Por ejemplo, los servicios automatizados pueden ayudar a alinear el perfil del usuario de una interfaz con el contenido publicitario facilitado, utilizando datos personales recogidos directamente del usuario del servicio y de la conducta en línea de los usuarios, así como datos inferidos.
- (34) Habida cuenta de la importancia de garantizar, en particular, la eficacia de los requisitos de transparencia, inclusive facilitando su supervisión, los proveedores de servicios de publicidad política deben velar por que la información pertinente que recojan en la prestación de sus servicios, incluida la indicación de que un anuncio es político, **sea completa y precisa y se proporcione al editor de publicidad política que lleve el anuncio político al público. Con el fin de apoyar la aplicación eficiente de este requisito y el suministro puntual y preciso de esta información, los proveedores de servicios de publicidad política deben transmitir esta información al mismo tiempo que prestan el servicio en cuestión y considerar y favorecer la posibilidad de automatizar la transmisión de información entre los proveedores de servicios de publicidad política. Cuando un proveedor de servicios de publicidad política tenga conocimiento de que la información que ha transmitido ha sido actualizada, deben velar por que esta información actualizada se comunique al editor de publicidad política pertinente.**
- (34 bis) **Debe considerarse que los proveedores de servicios de publicidad política tienen conocimiento de que la información debe actualizarse cuando el patrocinador o el prestador de servicios que actúe en su nombre informe al proveedor de servicios de publicidad política de un cambio pertinente. El editor de publicidad política también puede ser consciente de esta necesidad de actualización mediante el mecanismo de notificación previsto en el presente Reglamento.**

(34 ter) *Si los proveedores de servicios de publicidad política [...] tienen conocimiento de un error manifiesto, de una inexactitud o de una omisión en la información comunicada, los proveedores de servicios de publicidad política deben hacer esfuerzos razonables por garantizar que se corrija dicho error manifiesto, inexactitud u omisión, en particular mediante la confirmación de la información facilitada por el propio proveedor de servicios de publicidad política o, cuando proceda, por el propio patrocinador. Esto no debe suponer una obligación general para el proveedor de servicios de publicidad política de supervisar la veracidad de las declaraciones relativas a la naturaleza política de la publicidad o de llevar a cabo ejercicios de verificación costosos o excesivos. Los esfuerzos razonables también pueden reflejarse en los acuerdos contractuales entre los proveedores de servicios de publicidad política y con el patrocinador, cuando proceda. Los acuerdos contractuales entre proveedores de servicios y patrocinadores deben permitir la transmisión de información entre el editor y el patrocinador, por ejemplo en caso de información omitida o de interrupción de la publicidad política.*

(34 quater) *Los esfuerzos razonables deben incluir medidas diligentes y objetivas, como ponerse en contacto con el patrocinador o el proveedor de servicios de publicidad política de que se trate, para completar o corregir la información. Debe tenerse en cuenta la naturaleza y la importancia de la información errónea u omitida en relación con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.*

(35) Cuando una estructura comercial o contractual artificial pueda eludir la eficacia de las obligaciones de transparencia establecidas en el **presente** [...] Reglamento, dichas obligaciones deben aplicarse a la entidad o entidades que presten esencialmente el servicio publicitario.

(36) [...]

- (37) Al tiempo que establece requisitos específicos, ninguna de las obligaciones establecidas en el presente Reglamento debe entenderse en el sentido de que impone a los proveedores de servicios intermediarios una obligación general de supervisión de los contenidos políticos compartidos por personas físicas o jurídicas, ni debe entenderse que impone una obligación general a los proveedores de servicios intermediarios de adoptar medidas proactivas en relación con contenidos o actividades ilícitos que dichos proveedores transmiten o almacenan.
- (38) La transparencia de la publicidad política debe permitir a los ciudadanos comprender que se enfrentan a un anuncio político. Los editores de publicidad política deben garantizar la publicación, **junto con** [...] cada anuncio político, de una declaración clara de que se trata de un anuncio político y de la identidad de su patrocinador. En su caso, el nombre del patrocinador puede incluir un logotipo político. **Cada anuncio político, debe estar disponible, cuando proceda, junto con una declaración en el sentido de que el anuncio político esté segmentado o amplificado.** Los editores de publicidad política deben hacer uso de un etiquetado que sea eficaz, teniendo en cuenta la evolución de la investigación científica pertinente y las mejores prácticas en materia de transparencia a través del etiquetado de la publicidad. **La presentación de la declaración y el nombre del patrocinador pueden variar en función de los medios utilizados. En los servicios de radiodifusión, por ejemplo, puede recurrirse a una declaración anterior o posterior al anuncio.** Asimismo, **los editores de publicidad política** [...] deben garantizar la publicación, **junto con** [...] cada anuncio político, de información que permita entender el contexto general de dicho anuncio y sus objetivos, la cual puede incluirse en el propio anuncio o ser facilitada por el editor en su sitio web, accesible a través de un enlace, **un código de respuesta rápida (o «código QR»)** o una dirección equivalente clara y de fácil utilización incluida en el anuncio.

(39) Esta información debe proporcionarse en un aviso de transparencia que incluya también la identidad del patrocinador **y, en su caso, de la entidad que controla en última instancia al patrocinador**, a fin de apoyar la rendición de cuentas en el proceso político. Debe indicarse claramente el lugar de establecimiento del patrocinador y si este es una persona física o jurídica. Los datos personales relativos a personas implicadas en la publicidad política, sin vínculos con el patrocinador u otro actor político implicado no deben figurar en el aviso de transparencia. Además, el aviso de transparencia debe contener información sobre el período de difusión, las elecciones asociadas, el importe desembolsado y el valor de otras prestaciones recibidas en contraprestación parcial o total por el anuncio específico y por toda la campaña publicitaria, la fuente de los fondos utilizados y otra información para garantizar la equidad de la difusión del anuncio político. La información sobre la fuente de los fondos utilizados se refiere, por ejemplo, a su origen público o privado **y a si provienen de la Unión Europea o de un tercer país**. La información relativa a las elecciones o referendos asociados debe incluir, cuando sea posible, un enlace a la información procedente de fuentes oficiales sobre la organización y las modalidades de participación o de promoción de la participación en dichas elecciones o referendos. **El aviso de transparencia debe estar disponible inmediatamente cuando se publique o difunda la publicidad, y la información que presenta debe mantenerse actualizada, según proceda**. Por otro lado, el aviso de transparencia debe incluir información sobre cómo marcar los anuncios políticos de conformidad con el procedimiento establecido en el presente Reglamento. Este requisito debe entenderse sin perjuicio de las disposiciones sobre notificación de conformidad con los artículos 14, 15 y 19 del Reglamento (UE) 2022[...]XXX [Reglamento de Servicios Digitales]. **Los proveedores de servicios de publicidad política deben hacer esfuerzos razonables por garantizar que la información sea completa y precisa.**

- (40) La información que debe incluirse en el aviso de transparencia debe facilitarse en el propio anuncio o .ser fácil de consultar a partir de una indicación integrado en él ***La presentación de la información puede variar en función de los medios utilizados. A fin de recuperar fácilmente la información del aviso de transparencia en el anuncio fuera de línea, podría utilizarse, por ejemplo, un enlace web específico, un código de respuesta rápida (o «código QR») o medidas técnicas equivalentes de fácil utilización.*** El requisito de que la información sobre el aviso de transparencia sea, entre otras cosas, claramente visible debe implicar que figure en un lugar destacado dentro de la publicidad o junto con ella. El requisito de que la información publicada en el aviso de transparencia sea fácilmente accesible, de lectura mecánica cuando sea técnicamente posible y de fácil utilización debe implicar que se ajuste a las necesidades de las personas con discapacidad. El anexo I de la Directiva 2019/882 (Acta Europea de Accesibilidad) recoge los requisitos de accesibilidad relativos al suministro de información, en particular la información digital que debe utilizarse para hacer que la información política sea accesible para las personas con discapacidad.
- (41) Los avisos de transparencia deben diseñarse para sensibilizar a los usuarios y ayudar a identificar claramente el anuncio político como tal. Deben estar diseñados para que mantengan el lugar que ocupan o para que, ***cuando sea técnicamente posible***, se pueda seguir accediendo a ellos en caso de que un anuncio político se difunda ulteriormente, por ejemplo, publicándolo en otra plataforma o reenviándolo a otras personas. La información incluida en el aviso de transparencia debe publicarse cuando comience la publicación de los anuncios políticos ***y hasta el fin de su [...] publicación. Los editores de publicidad política deben conservar, y presentar cuando se les solicite, sus avisos de transparencia, junto con cualquier modificación, durante un período de cinco años a partir de la última publicación.*** La información conservada debe incluir asimismo información sobre la publicidad política finalizada o retirada por el editor. ***Los proveedores de servicios de publicidad política que no sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] deben poder decidir el formato para conservar esta información.***

- (42) Dado que los editores de publicidad política ponen anuncios políticos a disposición del público, deben publicar o difundir dicha información entre el público junto con la publicación o difusión del anuncio político. ***Cuando un editor de publicidad política tenga conocimiento, por cualquier medio, de que un anuncio político no cumple los requisitos de transparencia establecidos en el presente Reglamento, por ejemplo, a raíz de una notificación individual, debe hacer esfuerzos razonables por cumplir los requisitos del presente Reglamento. Cuando la información no pueda completarse ni corregirse sin demora injustificada, los editores de publicidad política no deben poner a disposición del público anuncios políticos que no cumplan los requisitos de transparencia establecidos en el presente Reglamento, o deben interrumpir su publicación o difusión al público. En tal situación, los editores de publicidad política deben informar a los proveedores de servicios de publicidad política de que se trate y, en su caso, al patrocinador, de las medidas razonables que se hayan adoptado para cumplir los requisitos del presente Reglamento. El editor debe informar al patrocinador o al proveedor del servicio que actúe en nombre del patrocinador si el anuncio político que patrocina no está disponible o se interrumpe.***
- (42 bis) ***Cuando el patrocinador o el proveedor de servicios de publicidad política tenga conocimiento de que la información transmitida al editor de publicidad política o publicada es incompleta o inexacta, debe ponerse en contacto sin demora injustificada con el editor de publicidad política interesado y, según proceda, enviarle información completa o corregida.***
- (42 ter) ***Los acuerdos contractuales podrán incluir una cláusula que permita cobrar una tasa razonable por las medidas adoptadas para corregir o completar la información.***
- (42 quater) ***Al cumplir sus obligaciones en virtud del presente Reglamento, los proveedores de servicios de publicidad política deben actuar de manera imparcial y teniendo debidamente en cuenta los derechos fundamentales y otros derechos e intereses legítimos. Los proveedores de servicios de publicidad política deben prestar en particular la debida atención a la libertad de expresión y de acceso a la información, incluida la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación.***

(42 quinquies) Además, los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022[...]/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] deben **garantizar que, por cada anuncio político,** [...] la información contenida en el aviso de transparencia **sea puesta a disposición de forma inmediata en** [...] los repositorios de anuncios publicados de conformidad con el artículo 39[...] del referido Reglamento [Reglamento de Servicios Digitales]. **Dicha información debe mantenerse actualizada y facilitarse con arreglo a una norma del sector acordada de accesibilidad, estructura de datos y acceso mediante una interfaz de programación de aplicaciones común a disposición del público. Conviene proporcionar un mayor grado de detalle a los requisitos de transparencia fijados para los repositorios a los que se refiere el artículo 39 del Reglamento (UE) 2021/XX [Reglamento de Servicios Digitales]. Este aspecto afecta principalmente a la información sobre la retirada de anuncios políticos y el motivo de su retirada, en particular a la información sobre casos en los que los anuncios políticos se etiquetaron erróneamente o se segmentaron ilegalmente. Además, las plataformas en línea de muy gran tamaño podrán publicar otra información relativa a la influencia del anuncio, incluida información sobre el porcentaje de clics. Debe incitarse a otros proveedores del servicio de publicidad política a crear repositorios similares de anuncios políticos.** Ello facilitará la labor de los agentes interesados, en particular la de los investigadores dedicados específicamente a propiciar elecciones o referendos libres y justos y campañas electorales justas, sobre todo ejerciendo control sobre los patrocinadores de publicidad política y analizando el panorama de la publicidad política.

(43) Cuando el proveedor del servicio de publicidad política que aloja o almacena y ofrece de otro modo el contenido de un anuncio político sea distinto del proveedor del servicio de publicidad política que controla el sitio web u otra interfaz que en última instancia **presenta** [...] el anuncio político, estos deben considerarse conjuntamente editores de publicidad, responsables respectivamente del servicio específico que prestan, para garantizar que se proporciona el etiquetado y que se pone a disposición el aviso de transparencia y la información pertinente. Sus condiciones contractuales deben **permitir** [...] el cumplimiento del presente Reglamento.

- (44) La información sobre los importes gastados y el valor de otras prestaciones recibidas en contraprestación parcial o total por los servicios de publicidad política puede contribuir de forma útil al debate político. Es necesario garantizar que pueda obtenerse una visión de conjunto adecuada de la actividad publicitaria de carácter político a partir de los informes anuales elaborados por los [...] **proveedores de servicios** de publicidad política pertinentes. Para facilitar la supervisión y la rendición de cuentas, dichos informes deben incluir información sobre el gasto en segmentación **o ampliación** de la publicidad política durante el período pertinente, agregada por campaña o candidato. A fin de evitar cargas desproporcionadas, dichas obligaciones de información en materia de transparencia no deben aplicarse a las empresas que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, [...] [...] **apartados 1 a 3**, de la Directiva 2013/34/UE.
- (45) Los editores de publicidad política que presten servicios de publicidad política deben establecer mecanismos que permitan a las personas **físicas o jurídicas** [...] informarles de que un anuncio político concreto que han publicado no cumple lo dispuesto en el presente Reglamento. Los mecanismos para notificar dicho anuncio deben ser de fácil acceso y utilización, y deben adaptarse a la forma de la publicidad distribuida por el editor de publicidad. En la medida de lo posible, estos mecanismos deben ser accesibles desde el propio anuncio, por ejemplo, a través del sitio web del editor de la publicidad. **En caso necesario, los editores de publicidad política deben establecer medidas técnicas para garantizar unas normas mínimas de seguridad de las tecnologías de la información, incluidas medidas de protección frente a la notificación automatizada.** Los editores de publicidad política deben poder recurrir, en su caso, a los mecanismos existentes. **Por ejemplo, cuando los editores de publicidad política sean proveedores de servicios de alojamiento en línea en el sentido del Reglamento de Servicios Digitales, en lo que respecta a los anuncios políticos alojados a petición de los destinatarios de sus servicios, los editores de publicidad política podrán recurrir al mecanismo de notificación elaborado por ellos conforme al artículo 14 del Reglamento de Servicios Digitales para las notificaciones relativas a la no conformidad de dichos anuncios con el presente Reglamento.** [...]

(45 bis) *Los editores de publicidad política podrán establecer formularios específicos para los mecanismos de notificación en virtud del presente Reglamento, que exijan la cumplimentación de campos de datos, como información que permita identificar el supuesto anuncio no conforme, una explicación de los motivos que justifican la notificación, el nombre y la dirección de correo electrónico de la persona física o jurídica que presenta la notificación, y una declaración que confirme la buena fe de que la información contenida en la notificación es exacta.*

(45 ter) *Los editores de publicidad política deben hacer esfuerzos razonables para atender de manera diligente, objetiva y sin demora indebida las notificaciones recibidas con arreglo al presente Reglamento. Cuando una notificación contenga información suficiente para que un editor de publicidad política diligente pueda determinar, sin un examen detallado, que una información falta o es inexacta, debe considerarse que el editor de publicidad política es consciente de la inexactitud u omisión y debe actuar sin demora indebida poniéndose en contacto con los proveedores de servicios pertinentes y, en su caso, con el patrocinador. Al menos cuando lo soliciten, el editor de publicidad política debe informar a las personas que hicieron la notificación del curso dado a la misma.*

(45 quater) *A fin de garantizar la eficacia de los requisitos de transparencia durante unas elecciones o un referéndum, los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] deben dirigir, dentro del último mes anterior a las elecciones o al referéndum cualquier notificación que reciban sobre anuncios relacionados con dichas [...] elecciones o referéndum en un plazo de cuarenta y ocho horas, poniéndose en contacto con los proveedores de servicios de publicidad política de que se trate y, en su caso, con el patrocinador.*

(45 quinquies) *Toda acción emprendida por un editor de publicidad política debe estar estrictamente orientada, en el sentido de que debe servir, ante todo, para corregir y completar la información requerida y, solo como último recurso, eliminar los elementos específicos de información que no cumplan el presente Reglamento, teniendo debidamente en cuenta la libertad de expresión e información y otros derechos fundamentales.*

- (46) Con el fin de permitir que determinadas entidades desempeñen su correspondiente papel en las democracias, conviene establecer normas sobre la transmisión de la información publicada con el anuncio político o integrada en el aviso de transparencia a los agentes interesados, como por ejemplo investigadores autorizados, periodistas, organizaciones de la sociedad civil y observadores electorales [...] **reconocidos**, con el fin de apoyar el desempeño de sus respectivas funciones en el proceso democrático. No debe exigirse a los proveedores de servicios de publicidad política que respondan a solicitudes manifiestamente infundadas, **confusas** o excesivas. Además, debe permitirse al proveedor de servicios pertinente cobrar una tasa razonable en caso de solicitudes [...] costosas, teniendo en cuenta los costes administrativos de facilitar la información.

(47) Cada vez es más frecuente el uso de datos personales recogidos directamente de las personas, o indirectamente, como es el caso de los datos inferidos, para agrupar a las personas en función de sus intereses, ya sean asumidos o derivados de su actividad en línea, la elaboración de perfiles de comportamiento y otras técnicas de análisis, para dirigir los mensajes políticos a grupos o votantes individuales y para amplificar su impacto. A partir del tratamiento de datos personales, en particular *las categorías especiales* de datos personales [...] con arreglo al Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo³ y al Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo⁴, es posible segmentar diferentes grupos de votantes o individuos y aprovechar sus características o vulnerabilidades, por ejemplo, difundiendo los anuncios en momentos y lugares específicos concebidos para sacar partido de las situaciones en que serían sensibles a un determinado tipo de mensaje o información. Esta práctica tiene efectos específicos y perjudiciales para los derechos y libertades fundamentales de los ciudadanos en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a su libertad de recibir información objetiva, formarse una opinión, tomar decisiones políticas y ejercer sus derechos de voto, lo que repercute negativamente en el proceso democrático. Deben establecerse restricciones y condiciones adicionales en comparación con el Reglamento (UE) 2016/679 y el Reglamento (UE) 2018/1725. Las condiciones establecidas en el presente Reglamento sobre el uso de técnicas de segmentación y amplificación que impliquen el tratamiento de datos personales en el contexto de la publicidad política deben basarse en el artículo 16 del TFUE.

³ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) (DO L 119 de 4.5.2016, p. 1).

⁴ Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2018, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales por las instituciones, órganos y organismos de la Unión, y a la libre circulación de esos datos, y por el que se derogan el Reglamento (CE) n.º 45/2001 y la Decisión n.º 1247/2002/CE (DO L 295 de 21.11.2018, p. 39).

- (48) Por consiguiente, deben prohibirse las técnicas de segmentación y amplificación en el contexto de la publicidad política que impliquen el tratamiento de *las categorías especiales* de datos a que se refieren el artículo 9, apartado 1, del Reglamento (UE) 2016/679 y el artículo 10, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725. La utilización de tales técnicas debe permitirse exclusivamente cuando las efectúen los responsables [...] del tratamiento, o alguien que actúe en *su* nombre, sobre la base del consentimiento explícito del interesado o en el ámbito de sus actividades legítimas y con las debidas garantías, por una fundación, una asociación o cualquier otro organismo sin ánimo de lucro, cuya finalidad sea política, filosófica, religiosa o sindical, siempre que el tratamiento se refiera exclusivamente a los miembros actuales o antiguos de tales organismos o a personas que mantengan contactos regulares con ellos en relación con sus fines y siempre que los datos personales no se comuniquen fuera de ellos sin el consentimiento de los interesados. Este supuesto debe ir acompañado de garantías *adicionales*[...]. El consentimiento debe entenderse como consentimiento en el sentido del Reglamento (UE) 2016/679 y del Reglamento (UE) 2018/1725. [...] **No** debe ser posible acogerse a las excepciones establecidas en el artículo 9, apartado 2, letras b), c), e), f), g), h), i) y j), del Reglamento (UE) 2016/679 y en el artículo 10, apartado 2, letras b), c), e), f), g), h), i) y j), del Reglamento (UE) 2018/1725, respectivamente, para utilizar técnicas de segmentación y amplificación para publicar, promover o difundir publicidad política que implique el tratamiento de datos personales a que se refieren el artículo 9, apartado 1, del Reglamento (UE) 2016/679 y el artículo 10, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725 ***La aplicación de otras disposiciones del Reglamento (UE) 2016/679 y el Reglamento (UE) 2018/1725, incluidas las relativas a la prestación y la retirada del consentimiento, las decisiones individuales automatizadas, como la elaboración de perfiles y el derecho de oposición. A efectos de la aplicación de los requisitos del presente Reglamento, el consentimiento expreso en el sentido de los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725 debe prestarse por separado y específicamente con fines de publicidad política. De conformidad con el Derecho de la Unión, los responsables del tratamiento deben velar por que la toma de decisiones individual no se vea afectada por patrones oscuros que distorsionen o dificulten la toma de decisiones autónoma e informada, incluidas las casillas ya marcadas y otras técnicas sesgadas y poco transparentes que lleven a las personas a tomar decisiones concretas que de otro modo no habrían tomado. En particular, el mecanismo para obtener decisiones de las personas debe ser claro y fácil***

de utilizar, y la prominencia relativa de las alternativas no debe tratar de influir en la decisión de la persona. La información facilitada a las personas a este respecto debe ser sucinta, estar redactada en términos claros e inteligibles y ponerse a disposición de manera sencilla y directa y figurar en un lugar destacado.

(48 bis) La comunicación interna de un partido político a sus miembros no debe considerarse una técnica de segmentación en el contexto de la publicidad política, siempre que dicha comunicación se limite a sus miembros y se base en datos personales facilitados expresamente por dichos miembros a tal efecto.

(48 ter) Los jóvenes son grupo especialmente vulnerable, que puede ser aprovechado mediante el uso indebido de técnicas de segmentación y amplificación. Aunque aún no estén facultados para votar, pueden ser un objetivo específico para manipular el debate. Por lo tanto, deben prohibirse las técnicas de segmentación o amplificación que impliquen el tratamiento de datos personales de un interesado del que se sepa con una certeza razonable que está al menos un año por debajo de la edad de voto establecida por las normas nacionales, en el contexto de la publicidad política.

- (49) A fin de garantizar una transparencia y rendición de cuentas reforzadas, **y con independencia de que la publicidad política implique o no un servicio, deben aplicarse salvaguardias adicionales** al utilizar técnicas de segmentación y amplificación en el contexto de la publicidad política que impliquen el tratamiento de datos personales **que no esté prohibido por el Reglamento. Estos requisitos adicionales de transparencia y rendición de cuentas deben aplicarse, por una parte, al tratamiento que implique categorías especiales de datos cuando el interesado haya dado su consentimiento explícito o cuando el tratamiento se efectúe en el ámbito de sus actividades legítimas, tal como se establece en el artículo 9, apartado 2, letras a) y d), del Reglamento (UE) 2016/679 y en el artículo 10, apartado 2, letras a) y d), del Reglamento (UE) 2018/1725, y, por otra parte, al tratamiento de datos personales en el contexto de la publicidad política, que no implica categorías especiales de datos. Esos requisitos adicionales deben complementar las garantías existentes, incluidas las relativas a las decisiones automatizadas de conformidad con el artículo 22 del Reglamento (UE) 2016/679 y el artículo 24 del Reglamento (UE) 2018/1725. [...] Los responsables del tratamiento [...] deben adoptar, [...] aplicar y hacer pública una política que describa [...] cómo se usan tales técnicas [...] y llevar un registro de sus actividades pertinentes. A la hora de publicar, promover o difundir un anuncio político utilizando técnicas de segmentación y amplificación, los responsables del tratamiento deben proporcionar, junto con el anuncio político, información significativa que permita a la persona afectada comprender la lógica aplicada y los principales parámetros de la segmentación utilizada, así como el uso de datos de terceros y técnicas de análisis adicionales, en particular si se ha optimizado aún más la segmentación del anuncio durante la entrega.**
- (50) Los editores de publicidad política que utilicen técnicas de segmentación o amplificación deben incluir en su aviso de transparencia la información necesaria para que la persona afectada pueda comprender la lógica aplicada y los principales parámetros de la segmentación utilizada, así como el uso de datos de terceros y las técnicas de análisis adicionales empleadas. [...]

- (50 bis)** *Los requisitos de transparencia y rendición de cuentas deben aplicarse a todos los responsables del tratamiento, independientemente de si el responsable actúa a título personal, junto con el proveedor de servicios de publicidad política o sea la misma entidad que el editor de publicidad política.* En caso de que el responsable del tratamiento sea distinto del editor publicitario, el responsable del tratamiento debe transmitir al editor de publicidad política la política interna *y velar por que se comuniqué al editor de publicidad política de manera oportuna y precisa cualquier otra información necesaria para cumplir el presente Reglamento [...].*
- (50 ter)** Los proveedores de servicios de publicidad deben transmitir a los editores de publicidad política[...] la información necesaria para cumplir las obligaciones que le incumben en virtud del presente Reglamento. La *transmisión* [...] de dicha información puede automatizarse e integrarse en los procesos empresariales ordinarios sobre la base de normas.
- (51) Con el fin de seguir capacitando a las personas para ejercer sus derechos en materia de protección de datos, los editores de publicidad política deben proporcionar información adicional y herramientas eficaces al interesado a fin de apoyar el ejercicio de sus derechos en virtud del marco jurídico de la UE en materia de protección de datos, en particular al objeto de oponerse o retirar su consentimiento cuando sea destinatario de un anuncio político. Además, esta información debe ser de fácil acceso directamente desde el aviso de transparencia. Las herramientas puestas a disposición de las personas para apoyar el ejercicio de sus derechos deben ser eficaces para evitar que una persona sea destinataria de publicidad política, así como para impedir la segmentación sobre la base de criterios específicos y por uno o varios responsables del tratamiento específicos.
- (52) La Comisión debe promover la elaboración de códigos de conducta a que se refiere el artículo 40 del Reglamento (UE) 2016/679 para apoyar el ejercicio de los derechos de los interesados en este contexto.
- (53) La información que debe facilitarse con arreglo a todos los requisitos aplicables al uso de técnicas de segmentación y amplificación en virtud del presente Reglamento debe presentarse en un formato fácilmente accesible, claramente visible y de fácil utilización, incluso mediante el uso de un lenguaje sencillo.

- (54) Conviene establecer normas sobre la transmisión de información relativa a la segmentación a otras entidades interesadas. El régimen aplicable debe ser coherente con el régimen para la transmisión de información vinculada a los requisitos de transparencia.
- (55) Los proveedores de servicios de publicidad política establecidos en un tercer país que ofrezcan servicios en la Unión deben designar un representante legal autorizado en la Unión con vistas a permitir una supervisión eficaz del presente Reglamento en relación con dichos proveedores. El representante legal puede ser el designado sobre la base del artículo 27 del Reglamento (UE) 2016/679 o el representante designado con arreglo al artículo 11 del Reglamento (UE) 2022[...]/XXX [Reglamento de Servicios Digitales].
- (55 bis) El representante legal designado debe registrarse con una autoridad competente designada a tal efecto. En aras de proporcionar información que sea fácil de consultar sobre los representantes legales designados de los proveedores de servicios de publicidad política establecidos fuera del territorio de la Unión, la autoridad competente pertinente debe publicar en línea y actualizar periódicamente la información sobre los representantes legales en su territorio. La Comisión debe crear un portal en el que proporcionará los vínculos a los sitios web proporcionados por los Estados miembros.***
- (56) En aras de una supervisión eficaz del presente Reglamento, es necesario confiar a las autoridades de supervisión las competencias para supervisar y hacer cumplir las normas pertinentes. En función del ordenamiento jurídico de cada Estado miembro y de conformidad con la legislación vigente de la Unión, incluidos el Reglamento (UE) 2016/679 y el Reglamento (UE) 2022[...]/XXX [Reglamento de Servicios Digitales], podrán designarse diferentes autoridades judiciales o administrativas nacionales a tal efecto.

- (57) Por lo que respecta a la supervisión de los servicios de intermediación en línea en virtud del presente Reglamento, los Estados miembros deben designar a las autoridades competentes y garantizar que dicha supervisión sea coherente con la de las autoridades competentes designadas de conformidad con el artículo 38 del Reglamento (UE) [Reglamento de Servicios Digitales]. Los coordinadores de servicios digitales a que se refiere el Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] en cada Estado miembro deben, en cualquier caso, ser responsables de garantizar la coordinación a nivel nacional con respecto a estas cuestiones e iniciar, cuando sea necesario, la cooperación transfronteriza con otros coordinadores de servicios digitales siguiendo los mecanismos establecidos en el Reglamento mencionado. En el marco de la aplicación del presente Reglamento, este mecanismo debe limitarse a la cooperación nacional entre coordinadores de servicios digitales [evitando elevar la cuestión a escala de la Unión, tal como se prevé en el Reglamento (UE) 2021/XXX, (Reglamento de Servicios Digitales)].
- (58) Para la supervisión de los aspectos del presente Reglamento que no sean competencia de las autoridades de control en virtud del Reglamento (UE) 2016/679 y el Reglamento (UE) 2018/1725, los Estados miembros deben designar a las autoridades competentes *pertinentes*. Para apoyar la defensa de los derechos y libertades fundamentales, el Estado de Derecho, los principios democráticos y la confianza de los ciudadanos en la supervisión de la publicidad política, es necesario que dichas autoridades sean *imparciales*, estructuralmente independientes de injerencias exteriores o presiones políticas y estén debidamente habilitadas **para** supervisar eficazmente y adoptar las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento del presente Reglamento, en particular las obligaciones establecidas en el artículo 7. *Si bien* los Estados miembros podrán designar, en particular, a las autoridades u organismos reguladores nacionales en virtud del artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo⁵, *también podrían designar a otras autoridades, como autoridades electorales o judiciales*.

⁵ Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) (DO L 95 de 15.4.2010, p. 1).

- (59) Cuando ya existan normas en virtud del Derecho de la Unión relativas al suministro de información a las autoridades competentes y a la cooperación con tales autoridades y entre ellas, como las dispuestas en el artículo 9 del Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] o las recogidas en el Reglamento (UE) 2016/679, dichas normas deben aplicarse *mutatis mutandis* a las disposiciones pertinentes del presente Reglamento.
- (59 bis)** *Para contribuir a la aplicación, supervisión y ejecución efectivas de las disposiciones del presente Reglamento, y sin perjuicio de lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679, el Reglamento (UE) 2018/1725 y el Reglamento de Servicios Digitales, es necesario determinar sobre qué autoridad competente debe encargarse cuando los servicios se presten en más de un Estado miembro, o cuando el proveedor de servicios realice sus actividades principales fuera del Estado miembro en el que esté situado su establecimiento principal o su representante designado. Cuando un proveedor de servicios preste servicios de publicidad política en más de un Estado miembro, normalmente deben ser la autoridad o autoridades competentes del Estado miembro en el que esté situado el establecimiento principal del proveedor de servicios de publicidad política las encargadas de la aplicación, supervisión y ejecución efectivas de las disposiciones del presente Reglamento. A la hora de determinar dónde tiene su establecimiento principal un prestador de servicios, las autoridades competentes deben tener en cuenta dónde tiene el proveedor su sede central o domicilio social en el que se ejercen las principales funciones financieras y el control operativo.*
- (59 ter)** *En el ejercicio de sus competencias de investigación y ejecución, las autoridades competentes de todos los Estados miembros deben cooperar y ayudarse mutuamente cuando sea necesario. Si una presunta infracción del presente Reglamento solo afectara a la autoridad o autoridades competentes de un Estado miembro en el que el proveedor de servicios de publicidad política no tenga su establecimiento principal, la autoridad o autoridades competentes pertinentes deben notificarlo a la autoridad competente del establecimiento principal, que debe evaluar en consecuencia el asunto y, en su caso, adoptar las medidas de ejecución necesarias.*
- (59 quater)** *Para facilitar en mayor medida la aplicación y el cumplimiento efectivos del presente Reglamento en la prestación de servicios transfronterizos, la autoridad competente del establecimiento principal podrá iniciar y realizar una investigación conjunta con la participación de la autoridad competente interesada o de las autoridades competentes interesadas en aquellos casos en los que la investigación de una presunta infracción se refiere a la prestación de servicios de publicidad política en uno o más Estados miembros en los que el proveedor no tenga su establecimiento principal.*

(60) Las autoridades encargadas de la supervisión del presente Reglamento deben cooperar entre sí, tanto a escala nacional como de la UE, haciendo el mejor uso posible de las estructuras existentes, incluidas las redes nacionales de cooperación, la Red Europea de Cooperación Electoral a que se refiere la Recomendación C(2018) 5949 final y el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual creado en virtud de la Directiva 2010/13/UE. Dicha cooperación debe facilitar el intercambio rápido y seguro de información sobre cuestiones relacionadas con el ejercicio de sus funciones de control y ejecución con arreglo al presente Reglamento, en particular mediante la detección conjunta de infracciones, la puesta en común de constataciones y conocimientos especializados y el mantenimiento de contactos de cara a la aplicación y ejecución de las normas pertinentes.

(60 bis) A fin de garantizar una cooperación eficaz y estructurada entre todas las autoridades competentes, los expertos designados por los Estados miembros deben reunirse periódicamente a escala de la Unión, en particular en el marco de la Red Europea de Cooperación Electoral, en estrecha cooperación con el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual y otras redes pertinentes. Para reforzar la cooperación y el intercambio de información y prácticas a escala de la Unión, la Red Europea de Cooperación Electoral debe cooperar estrechamente con el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual, en particular en lo que se refiere a informar sobre los debates mantenidos en relación con el presente Reglamento.

- (61) Con vistas a facilitar la aplicación efectiva de las obligaciones establecidas en el Reglamento, es necesario facultar a las autoridades nacionales para solicitar a los ***proveedores de servicios de publicidad política*** [...] la información pertinente sobre la transparencia de la publicidad política. La información que debe transmitirse a las autoridades competentes puede referirse a una campaña publicitaria o a anuncios específicos, o estar agregada por años. A fin de garantizar que las solicitudes de información puedan atenderse de manera eficaz y eficiente y, al mismo tiempo, que los proveedores de servicios de publicidad política no estén sujetos a cargas desproporcionadas, es necesario fijar determinadas condiciones que deben cumplir dichas solicitudes. Con el objetivo de garantizar, en particular, la supervisión oportuna de un proceso electoral, los proveedores de servicios de publicidad política deben responder rápidamente a las solicitudes de las autoridades competentes y, en cualquier caso, en un plazo de ***diez*** días hábiles a partir de la recepción de la solicitud. ***Durante el último mes de la campaña electoral, debe considerarse que la infracción de estas obligaciones afecta de forma negativa y grave a los derechos de los ciudadanos, por lo que los proveedores de servicios de publicidad política deben facilitar la información solicitada en un plazo de 48 horas. Los proveedores de servicios de publicidad política que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, apartados 1 a 3, de la Directiva 2013/34/UE deben hacer esfuerzos razonables por facilitar la información solicitada sin demora injustificada y, cuando sea posible, antes de la fecha de las elecciones o el referéndum.*** En aras de la seguridad jurídica y en cumplimiento de los derechos de defensa, las solicitudes de información de una autoridad competente deben incluir una exposición de motivos adecuada y detalles sobre las vías de recurso disponibles. Los proveedores de servicios de publicidad política deben designar puntos de contacto para la interacción con las autoridades competentes. Estos puntos de contacto pueden ser electrónicos.
- (62) Los Estados miembros deben designar un punto de contacto a escala de la Unión a efectos del presente Reglamento. En la medida de lo posible, el punto de contacto debe formar parte de la Red Europea de Cooperación Electoral. El punto de contacto debe facilitar la cooperación entre las autoridades competentes de distintos Estados miembros en sus labores de supervisión y ejecución, en particular ejerciendo de intermediario con los puntos de contacto de otros Estados miembros y con las autoridades competentes de ***su*** [...] propio ***Estado miembro***.

(63) Las autoridades de los Estados miembros deben velar por que el incumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente Reglamento se sancione con multas [...] o sanciones pecuniarias **y, en su caso, con otras medidas de reparación**. Al hacerlo, deben tener en cuenta la naturaleza, gravedad, reincidencia y duración de la infracción, atendiendo al interés público en juego, el alcance y el tipo de actividades realizadas, así como la capacidad económica del infractor, **en su caso**. En este contexto, debe tenerse en cuenta el papel crucial que desempeñan las obligaciones establecidas en los artículos 5 y 7 para la consecución efectiva de los objetivos del presente Reglamento. Además, deben tener en cuenta si el proveedor de **servicios de publicidad política o patrocinador** en cuestión incumple sistemática o repetidamente las obligaciones que le incumben en virtud del presente Reglamento, en particular retrasando el suministro de información a las entidades interesadas, así como, en su caso, si el proveedor de servicios de publicidad política opera en varios Estados miembros. Las sanciones pecuniarias, [...] [...] las multas administrativas **y demás medidas de reparación deben** [...] ser efectivas, proporcionadas y disuasorias en cada caso concreto, teniendo debidamente en cuenta la existencia de garantías procesales suficientes y accesibles y, en particular, la necesidad de velar por que el debate político siga siendo abierto y accesible.

(63 bis) En consonancia con los principios generales de responsabilidad, un proveedor de servicios de publicidad política no podrá ser sancionado si actuó sobre la base de información inexacta o falsa recibida del patrocinador, que no fuera manifiestamente errónea, siempre que no tuviera conocimiento del error en una fase posterior.

(63 ter) Para contribuir a la aplicación y supervisión del presente Reglamento, las autoridades competentes deben atender las notificaciones que reciban de toda persona física o jurídica en relación con una posible infracción del presente Reglamento y, al menos cuando así se solicite, informarán a la persona que realizó la notificación sobre la actuación consecutiva que se haya hecho al respecto. Durante el último mes antes de unas elecciones o un referéndum, cualquier notificación recibida relativa a publicidad política relacionada con dichas elecciones o referéndum debe atenderse sin demora injustificada.

- (64) El ejercicio por las autoridades competentes de sus poderes en virtud del presente Reglamento debe estar sujeto a garantías procesales adecuadas de conformidad con el Derecho nacional y de la Unión, entre ellas la tutela judicial efectiva y el respeto de las garantías procesales.
- (65) ***Para contribuir al cumplimiento del presente Reglamento, debe facilitarse a los proveedores de servicios y otras entidades interesadas información, de manera oportuna y fácilmente accesible, sobre las fechas de las elecciones y referendos nacionales. Por consiguiente los Estados miembros deben publicar las fechas de sus elecciones y referendos. La información debe ser fácilmente accesible y oportuna. También deben hacer pública esa información a través de un portal facilitado por la Comisión inmediatamente después de la publicación de las fechas [...].***
- (65 bis) ***Para contribuir a la aplicación efectiva del presente Reglamento, se anima a la Comisión a que elabore, en caso necesario, directrices relativas a la identificación de publicidad política y la aplicación de sanciones.***
- (66) A fin de cumplir los objetivos del presente Reglamento, deben delegarse en la Comisión los poderes para adoptar actos con arreglo al artículo 290 del Tratado por lo que respecta al artículo 7, apartado 8 [...], a fin de especificar la forma en que deben facilitarse los requisitos de información en los avisos de transparencia de conformidad con dicho artículo, y por lo que se refiere al artículo 12 ***bis***, apartado 6 [...], para especificar la forma en que deben facilitarse los requisitos de información sobre la segmentación. Reviste especial importancia que la Comisión lleve a cabo las consultas oportunas [...] ***con los*** expertos designados por cada Estado miembro, y que esas consultas se realicen de conformidad con los principios establecidos en el Acuerdo Interinstitucional sobre la Mejora de la Legislación de 13 de abril de 2016. En particular, a fin de garantizar una participación equitativa en la preparación de los actos delegados, el Parlamento Europeo y el Consejo reciben toda la documentación al mismo tiempo que los expertos de los Estados miembros, y sus expertos tienen acceso sistemáticamente a las reuniones de los grupos de expertos de la Comisión que se ocupen de la preparación de actos delegados.

- (67) En el plazo de dos años tras cada elección al Parlamento Europeo, la Comisión debe presentar un informe público sobre la evaluación y examen del presente Reglamento. Al elaborar dicho informe, la Comisión también debe tener en cuenta la aplicación del presente Reglamento en el contexto de otras elecciones y referendos que se celebren en la Unión **y los efectos del presente Reglamento en las pequeñas y medianas empresas. El informe debe evaluar, en particular, la eficacia del Reglamento en lo que respecta a medios concretos de la publicidad política, una mayor restricción del tratamiento de datos personales con fines de técnicas de segmentación y amplificación reguladas en el presente Reglamento, el tipo y el importe de las sanciones impuestas por los Estados miembros, y el requisito de crear repositorios públicos publicitarios para toda la publicidad política en línea.** El informe debe examinar, entre otros aspectos, si las disposiciones de los anexos del presente Reglamento siguen siendo adecuadas y analizar la necesidad de revisarlas.
- (68) El Reglamento (UE) n.º 1141/2014 sobre el estatuto y la financiación de los partidos políticos europeos y las fundaciones políticas europeas recoge obligaciones complementarias sobre el uso de publicidad política por parte de los partidos políticos europeos.
- (69) Puesto que los objetivos del presente Reglamento, a saber, contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior de la publicidad política y los servicios conexos y establecer normas sobre el uso de la segmentación en el contexto de la publicación y difusión de publicidad política, no pueden ser alcanzados de manera suficiente por los Estados miembros y, por consiguiente, pueden lograrse mejor a escala de la Unión, esta puede adoptar el presente Reglamento, de acuerdo con el principio de subsidiariedad consagrado en el artículo 5 del TUE. De conformidad con el principio de proporcionalidad establecido en el mismo artículo, el presente Reglamento no excede de lo necesario para alcanzar dichos objetivos.
- (70) El presente Reglamento se entenderá sin perjuicio de las normas establecidas, en particular, por la Directiva 2000/31/CE, incluidas las normas sobre responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios previstas en los artículos 12 a 15 de dicha Directiva, modificada por el Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales], el Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Mercados Digitales], la Directiva 2002/58/CE y el Reglamento (UE) XXX [Reglamento sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas], así como la Directiva (UE) 2010/13, la Directiva 2000/31/CE, la Directiva 2002/58/CE, la Directiva 2005/29/CE, la Directiva 2011/83/UE, la Directiva 2006/114/CE, la Directiva 2006/123/CE y el Reglamento (UE) 2019/1150.

- (71) El Supervisor Europeo de Protección de Datos, al que se consultó de conformidad con el artículo 42, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725, emitió su dictamen el XX de XX de 2022.

HAN ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

CAPÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1

Objeto y objetivos[...]

1. El presente Reglamento establece:
 - a) obligaciones armonizadas de transparencia por las que los proveedores de publicidad política y servicios conexos deben conservar, divulgar y publicar información relacionada con la prestación de dichos servicios;
 - b) normas armonizadas sobre el uso de técnicas de segmentación y amplificación en el contexto de [...] ***la publicidad política que implique el tratamiento*** de datos personales, ***independientemente de si la publicidad política consiste en un servicio.***
2. [...]
3. Los objetivos del presente Reglamento son:
 - a) contribuir al buen funcionamiento del mercado interior de los servicios de publicidad política y los servicios conexos;
 - b) proteger a las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales.

1. [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...]

Artículo 1 bis

Ámbito de aplicación

- 1. El presente Reglamento se aplicará a la publicidad política cuando el anuncio político se difunda en la Unión, o esté dirigido a personas físicas o se convierta en dominio público en uno o varios Estados miembros, con independencia del lugar de establecimiento del proveedor de servicios de publicidad política y de los medios utilizados.***
- 2. El presente Reglamento no afectará al contenido de la publicidad política ni a las normas de la Unión o de los Estados miembros que regulen aspectos distintos de los contemplados en el presente Reglamento.***

3[...]. El presente Reglamento ha de entenderse sin perjuicio de las disposiciones establecidas en los siguientes instrumentos jurídicos:

- a) la Directiva 2000/31/CE;
- b) la Directiva 2002/58/CE y el Reglamento (UE) XXX [Reglamento sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas];
- c) la Directiva 2005/29/CE;
- d) la Directiva 2006/114/CE;
- e) la Directiva 2006/123/CE;
- f) la Directiva 2010/13/UE;
- g) la Directiva 2011/83/UE;
- h) el Reglamento (UE) 2019/1150;
- i) [el Reglamento (UE) 2022/XXX (Reglamento de Servicios Digitales)].

Artículo 2

Definiciones

A efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

1. «servicio», cualquier actividad económica por cuenta propia, prestada normalmente a cambio de una remuneración, tal como se recoge en el artículo 57 del TFUE;
2. «publicidad política», la preparación, inserción, promoción, publicación o difusión, por cualquier medio, de un mensaje:
 - a) por un actor político, en su nombre o por su cuenta, a menos que sea de carácter estrictamente privado o estrictamente comercial; o

- b) que pueda influir en el resultado de una elección o referéndum, *en el comportamiento electoral*, en un proceso legislativo o reglamentario, [...] [...] *a escala de la Unión, nacional, regional o local, y esté diseñada para ello.*

No incluirá:

i. *las opiniones políticas expresadas en ningún medio de comunicación bajo responsabilidad editorial a menos que se perciba una remuneración específica por expresar esa opinión política o en relación a ella;*

ii. [...] los mensajes [...] procedentes de fuentes oficiales *de los Estados miembros o de la Unión relacionados exclusivamente con* [...] la organización y las modalidades de participación en elecciones o referendos, *incluidas las candidaturas y la pregunta sometida al referéndum, o para la promoción de la participación en elecciones o referendos*[...];

iii. *la comunicación pública por cualquier autoridad pública de un Estado miembro, en su nombre o por su cuenta, en particular los miembros de un Gobierno, siempre que no esté diseñada para influir en el resultado de una elección o referéndum, en el comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario;*

iv. *la presentación de candidatos en espacios públicos específicos o en los medios de comunicación expresamente previstos por ley y asignados gratuitamente, garantizando al mismo tiempo la igualdad de trato;*

3. «anuncio político», un ejemplo concreto de publicidad política *publicado o difundido por cualquier medio;*

4. «actor político», cualquiera de los siguientes:

a) un partido político en el sentido del artículo 2, punto 1, del Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 o una entidad [...] relacionada con [...] dicho partido político;

- b) una coalición de partidos políticos, en el sentido del artículo 2, punto 2), del Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;
- c) un partido político europeo, en el sentido del artículo 2, punto 3), del Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;
- d) un candidato a cualquier cargo electo a escala de [...] **la Unión**, nacional, regional y local **o titular de dicho cargo**, o a [...] **cualquier** cargo directivo **de** un partido político;

[...]

- f) un miembro [...] de **las instituciones de la Unión, con excepción del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, el Banco Central Europeo y el Tribunal de Cuentas, o de un Gobierno [...] de los Estados miembros, a nivel [...] nacional, regional o local;**

[...]

- h) toda persona física o jurídica que represente o actúe en nombre de cualquiera de las personas u organizaciones contempladas en las letras a) a g)[...] **y que promocióne** los objetivos políticos de cualquiera de ellos;

5. «servicio de publicidad política», servicio consistente en publicidad política, con excepción de un servicio de intermediación en línea en el sentido del artículo 2, letra f), del Reglamento (UE) 2022[...]/XXX [Reglamento de Servicios Digitales], que se presta sin [...] percibo de **remuneración específica** por la **preparación**, inserción, **promoción**, publicación o difusión del mensaje [...] **político**;

- 5 bis.** *«proveedor de servicios de publicidad política», una persona física o jurídica que presta servicios de publicidad política, con excepción de los servicios puramente auxiliares;*
6. «campana de publicidad política», la preparación, inserción, promoción, publicación o difusión de una serie de anuncios *políticos* conexos en el transcurso de un contrato de publicidad política, sobre la base de una preparación, patrocinio o financiación comunes;
7. «patrocinador», la persona física o jurídica *a petición de la cual o* en cuyo nombre se prepara, inserta, *promociona*, publica o difunde un anuncio político;
8. «técnicas de segmentación [...]», técnicas que se utilizan para dirigir un anuncio político, *frecuentemente con contenido personalizado*, [...] únicamente a una persona o grupo de personas específicos *que se basan en el tratamiento de datos personales* [...];
- 8 bis.** *«técnicas de amplificación», técnicas de optimización, incluidas las técnicas de entrega de anuncios, que se utilizan para aumentar la circulación, el alcance o la visibilidad de un anuncio político, basadas en el tratamiento de datos personales y que pueden servir para entregar el anuncio político únicamente a una persona o grupo de personas específicos;*
9. [...]
10. «electorado pertinente», el conjunto de personas con derecho a voto en las elecciones o en el referéndum celebrados en el Estado miembro en el que *se publica o difunde* [...] un anuncio político, que puede ser el electorado completo de un Estado miembro;

11. «editor de publicidad política», **proveedor de servicios de publicidad política** [...] que **publica o difunde** publicidad política [...] a través de cualquier medio;
12. «responsable del tratamiento», un responsable del tratamiento con arreglo al artículo 4, apartado 7 [...], del Reglamento (UE) 2016/679 o, en su caso, al artículo 3 [...], apartado 8, del Reglamento (UE) 2018/1725.

[...]

Artículo 2 bis

Identificación de un anuncio político

1. ***Para determinar si un mensaje constituye una publicidad política en el sentido del artículo 2, apartado 2, letra b), se tendrán en cuenta sus características pertinentes, tales como:***
 - (a) el contenido del mensaje;***
 - (b) el patrocinador del mensaje;***
 - (c) la lengua utilizada para transmitir el mensaje, los medios por los que se promociona, publica o difunde el mensaje y el público destinatario;***
 - (d) el contexto en el que se transmite el mensaje, incluido el período de difusión como los períodos electorales o de referéndum y los procesos legislativos o reglamentarios;***
 - (e) el objetivo del mensaje.***

2. *Debe existir un vínculo claro y sustancial entre el mensaje y su potencial para influir en el resultado de unas elecciones o un referéndum, en el comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario.*

Artículo 3

Principio de mercado interior [...]

1. Los Estados miembros no mantendrán ni introducirán, por motivos de transparencia *de la publicidad política*, disposiciones o medidas que difieran de las establecidas en el presente Reglamento.
2. No se prohibirá ni restringirá la prestación de servicios de publicidad política por motivos relacionados con la transparencia cuando se cumplan los requisitos del presente Reglamento.

CAPÍTULO II: OBLIGACIONES DE TRANSPARENCIA APLICABLES A LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD POLÍTICA

Artículo 4

Transparencia de los servicios de publicidad política

1. Los servicios de publicidad política se prestarán de manera transparente de conformidad con las obligaciones establecidas en [...] *el capítulo II* del presente Reglamento.
- 1 bis. Los proveedores de servicios de publicidad política velarán por que los acuerdos contractuales celebrados para la prestación de un servicio de publicidad política permitan el cumplimiento de las disposiciones pertinentes del presente Reglamento.*

Artículo 5

Identificación de los servicios de publicidad política

1. Los proveedores de servicios publicitarios pedirán a los patrocinadores y a los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores que declaren si el servicio publicitario que solicitan al proveedor de servicios constituye un servicio de publicidad política en el sentido del artículo 2, apartado 5. Los patrocinadores y los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores extenderán dicha declaración *de forma veraz*.
2. Los proveedores de servicios de publicidad política velarán por que los acuerdos contractuales celebrados para la prestación de un servicio de publicidad política *exijan al patrocinador o a los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores que proporcionen la información pertinente necesaria a fin de cumplir el artículo 6, apartado 1. Dicha información se transmitirá de manera completa y precisa, y sin demoras injustificadas [...]*.
- 2 bis. Cuando un proveedor de servicios de publicidad tenga conocimiento de que [...] la declaración o la información es manifiestamente errónea, pedirá a los patrocinadores [...] o al proveedor [...] de servicios publicitarios que actúe en nombre de un patrocinador [...] que corrija su declaración o información facilitada. Los patrocinadores o los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los*

patrocinadores efectuarán dichas correcciones de manera completa y precisa y sin demoras injustificadas.

Artículo 6

Mantenimiento de registros [...]

1. Los proveedores de servicios de publicidad política conservarán la información que recaben durante la prestación de sus servicios sobre los siguientes aspectos:
 - a) el anuncio político o la campaña de publicidad política con la que están relacionados los servicios;
 - b) el servicio o servicios específicos **que ellos prestaron** en relación con la publicidad política;
 - c) los importes facturados por los servicios prestados y el valor de otras prestaciones recibidas en contraprestación parcial o total por los servicios prestados y **sus fuentes**; [...]
 - d) [...] la identidad del patrocinador **del anuncio político y, cuando proceda, de la entidad que controla en última instancia al patrocinador**, [...] sus datos de contacto **y, en el caso de las personas jurídicas, su lugar de establecimiento; y**
d bis) cuando proceda, una indicación de las elecciones o referendos pertinentes a los que esté vinculado el anuncio político.
2. La información a que se refiere el apartado 1 se presentará **por escrito o** [...] [...] en formato electrónico. Dicha información se conservará por un período de cinco años a partir de la fecha de la última preparación, inserción, **promoción**, publicación o difusión, según el caso.
- 2 bis. El presente artículo no se aplicará a las empresas que cumplan los requisitos dispuestos en el artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2013/34/UE si la prestación de servicios de publicidad es meramente marginal y auxiliar respecto de sus actividades principales.**
3. [...]

Artículo 6 bis

Transmisión de información al editor de publicidad política

- 1. Los proveedores de servicios de publicidad política velarán por que la información a que se refiere el artículo 6, apartado 1, se comunique de manera oportuna, completa y precisa a los editores de publicidad política que publicarán o difundirán el anuncio político para que los editores de publicidad política puedan cumplir las obligaciones que les incumben en virtud del presente Reglamento. Los proveedores de servicios de publicidad política harán esfuerzos razonables por garantizar que la información conservada de conformidad con el artículo 6, apartado 1, sea completa y precisa.***

Cuando el editor de publicidad política sea el único proveedor de servicios de publicidad política, el patrocinador comunicará la información pertinente al editor.

- 2. Los proveedores de servicios de publicidad política transmitirán dicha información al mismo tiempo que prestan el servicio pertinente, de conformidad con las mejores prácticas y las normas del sector, mediante un proceso automatizado normalizado cuando sea técnicamente posible.***
- 3. Cuando un proveedor de servicios de publicidad política tenga conocimiento de que la información que ha transmitido ha sido actualizada, velará por que esta información actualizada se comunique al editor de publicidad política pertinente.***

Requisitos de transparencia para cada anuncio político

1. ***Junto con cada anuncio político, [...] el editor de publicidad política*** facilitará [...] la siguiente información de forma clara, destacada e inequívoca:

- a) una declaración de que se trata de un anuncio político;
- b) la identidad del patrocinador del anuncio político y, **cuando proceda**, de la entidad que controla en última instancia al patrocinador;

b bis) cuando proceda, una declaración en el sentido de que el anuncio político esté segmentado o amplificado;

- c) un aviso de transparencia que permita comprender el contexto general del anuncio político y sus objetivos, o una indicación clara del lugar en que puede consultarse fácilmente.

En este sentido, los editores de publicidad política utilizarán técnicas de etiquetado eficientes y destacadas que permitan identificar fácilmente el anuncio político como tal y [...] que el marcado o el etiquetado [...] mantenga el lugar que ocupan en caso de que dicho anuncio se difunda ulteriormente.

2. El aviso de transparencia [...] incluirá, **al menos**, la siguiente información:

- a) la identidad del patrocinador y, **cuando proceda, de la entidad que controla en última instancia al patrocinador** [...];
- b) [...]
- c) [...] información sobre los importes abonados u otras prestaciones recibidas **por los proveedores de servicios de publicidad política, incluidos los recibidos por el editor** en contraprestación parcial o total por **los servicios de publicidad política prestados en relación con el** [...] anuncio en cuestión y, en su caso, [...] **por** la campaña de publicidad política, así como las fuentes correspondientes;

d) en su caso, una indicación de las elecciones o referendos a los que está vinculado el anuncio;

e) en su caso, enlaces a los repositorios en línea de anuncios *contemplados en el apartado 6*;

e bis) cuando proceda, la información especificada en el artículo 12 bis, apartado 1, puntos c) y c bis);

f) [...]

g) La información que debe incluirse en el aviso de transparencia *recogerá también los elementos* [...] que figuran en el anexo I.

2 bis. *El aviso de transparencia se incluirá en cada anuncio político o será fácil consultarlo desde su primera publicación y hasta que esta concluya. Los avisos de transparencia se presentarán en un formato fácilmente accesible y, cuando sea técnicamente posible, de lectura mecánica, claramente visible y de fácil utilización, también mediante el uso de un lenguaje sencillo. Los avisos de transparencia que sean de lectura mecánica se harán accesibles por medio de una interfaz de programación de aplicaciones común a disposición del público.*

3. Los editores de publicidad política harán esfuerzos razonables por garantizar que la información a que se refiere [...] el apartado [...] 2 esté completa, [...] *sea precisa y esté actualizada. Cuando el patrocinador o el proveedor [...] de servicios de publicidad política tenga conocimiento de que la información transmitida al editor de publicidad política o publicada por este es incompleta o inexacta, se pondrá en contacto sin demora injustificada con el editor de publicidad política interesado y, según proceda, le enviará información completa o corregida. Si el editor de publicidad política tiene conocimiento, por cualquier medio, de que la información a que se refiere el apartado 2 es incompleta o inexacta, debe hacer esfuerzos razonables por completar o corregir la información, incluido, en su caso, mediante la puesta en contacto con el patrocinador o los proveedores de servicios de que se trate.* [...] Cuando la información no pueda completarse o corregirse sin demoras injustificadas, el editor no facilitará o interrumpirá la publicación o difusión [...] del anuncio político. *El editor informará al*

patrocinador o al proveedor del servicio que actúe en nombre del patrocinador si el anuncio político que patrocina no está disponible o se interrumpe.

4. [...]
5. Los editores de publicidad política conservarán sus avisos de transparencia, junto con cualquier modificación, durante un período de cinco años a partir *de la última publicación* [...][...].
- 5 bis. *El apartado 5 no se aplicará a las empresas que cumplan los requisitos dispuestos en el artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2013/34/UE, a condición de que la prestación de servicios de publicidad sea meramente marginal y auxiliar respecto de sus actividades principales.*
6. Los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del artículo 25 del Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] velarán por que, *respecto a cada anuncio político, la información a que se refiere el apartado 2 del presente artículo sea puesta a disposición de forma inmediata en los repositorios mencionados [...] en el artículo [39[...]] de dicho Reglamento [Reglamento de Servicios Digitales]. Dicha información se mantendrá actualizada y se facilitará con arreglo a una norma del sector acordada de accesibilidad, estructura de datos y acceso mediante una interfaz de programación de aplicaciones común a disposición del público[...].*
7. Los Estados miembros, incluidas las autoridades competentes, y la Comisión fomentarán la elaboración de códigos de conducta destinados a contribuir a la correcta aplicación del presente artículo, teniendo en cuenta las características específicas de los proveedores de servicios pertinentes y las necesidades concretas de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, en el sentido del artículo 3 de la Directiva 2013/34/UE.

8. La Comisión estará facultada para adoptar actos delegados con arreglo al artículo 19 para modificar el anexo I añadiendo[...] o modificando [...] elementos de la lista de información **que en él figura** [...] a la luz de la evolución tecnológica, **la investigación científica pertinente, la evolución de la supervisión por parte de las autoridades competentes y las orientaciones correspondientes emitidas por los organismos competentes, y a condición de que se mantengan los elementos recogidos en el apartado 2 del presente artículo y quedicha** modificación sea necesaria para comprender el contexto general del anuncio político y sus objetivos.

Artículo 8

Presentación periódica de información sobre los servicios de publicidad política

1. [...] Los editores de publicidad **política** incluirán en sus estados financieros anuales información sobre los importes o el valor de otras prestaciones recibidas como contraprestación parcial o total por **los**[...] servicios **facilitados**, incluido el uso de técnicas de segmentación y amplificación, agregados por campaña, **adjuntados a** [...] su informe de gestión en el sentido del artículo 19 de la Directiva 2013/34/UE.
2. El apartado 1 no se aplicará a las empresas que cumplan los requisitos dispuestos en el artículo 3, **apartados 1 a** [...]3[...], de la Directiva 2013/34/UE.

Artículo 9

Denuncia de posibles anuncios políticos ilícitos

- 1.[...]** [...] **Los** editores de publicidad política [...] permitirán a **las personas físicas o jurídicas** notificarles gratuitamente que un anuncio concreto que han publicado no cumple lo dispuesto en el presente Reglamento.

- 2.[...] La información sobre cómo notificar los anuncios políticos a que se refiere el apartado 1 será intuitiva y de fácil acceso, también desde el aviso de transparencia.
Los editores de publicidad política permitirán la presentación de la [...] **notificación** a que se refiere el apartado 1 por medios electrónicos.
3. ***Los editores de publicidad política harán esfuerzos razonables por atender de manera diligente y objetiva, y sin demoras injustificadas, las notificaciones recibidas con arreglo al apartado 1, poniéndose en contacto con el proveedor de servicios de publicidad política pertinente y, en su caso, con el patrocinador.***
- 3 bis[...] [...] Los editores de publicidad **política** informarán, ***al menos previa solicitud y sin demoras injustificadas, a las personas que presentaron la notificación a que se refiere el apartado 1 [...] del curso que se le ha dado[...]. Los editores de publicidad política que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2013/34/UE harán todo lo posible por garantizar el cumplimiento del presente apartado.***
- 3 ter. ***En el último mes previo a unas elecciones o a un referendo, los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del artículo 25 del Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] atenderán en un plazo de 48 horas cualquier notificación que reciban sobre anuncios relacionados con dichas elecciones o referendos.***
- 4.[...] Las notificaciones repetitivas con arreglo al apartado 1 relativas al mismo anuncio o campaña publicitaria podrán responderse de forma colectiva, también haciendo referencia a un comunicado en el sitio web del editor de publicidad política de que se trate.

Artículo 10

Transmisión de información a las autoridades competentes

1. ***Para verificar el cumplimiento de los artículos 6, 7 y 8, [...] las autoridades nacionales competentes estarán facultadas para solicitar que los proveedores de servicios de publicidad política transmitan [...] cualquier información necesaria [...]. La información transmitida [...] será completa, precisa y fiable, y se presentará en un formato claro, coherente, consolidado e inteligible. Cuando sea técnicamente posible, la información se transmitirá en un formato de lectura mecánica.***

- 1 bis.** La solicitud *mencionada en el apartado 1* deberá incluir los siguientes elementos:
- a) una exposición de motivos que explique el objetivo de solicitar la información y las razones por las que la solicitud es necesaria y proporcionada, a menos que la solicitud persiga el objetivo de prevención, **detección**, investigación, [...] y enjuiciamiento de infracciones penales **o infracciones administrativas graves** y en la medida en que las razones de la solicitud pongan en peligro dicho objetivo;
 - b) información sobre las vías de recurso a disposición del proveedor de servicios pertinente y del patrocinador del servicio de publicidad política.
2. Una vez recibida una solicitud con arreglo al apartado 1, los proveedores de servicios de publicidad política acusarán recibo de dicha solicitud en un plazo de dos días hábiles e informarán a la autoridad de las medidas adoptadas para cumplirla. El proveedor de servicios pertinente facilitará la información solicitada en un plazo de diez días hábiles. ***Sin embargo, los proveedores de servicios de publicidad política que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, apartados 1 a 3, de la Directiva 2013/34/UE harán esfuerzos razonables por facilitar la información solicitada en un plazo de quince días hábiles.***
- 2 bis.** ***No obstante lo dispuesto en el apartado 3, en el último mes previo a unas elecciones o a un referéndum, los proveedores de servicios de publicidad política facilitarán la información solicitada en un plazo de cuarenta y ocho horas. Sin embargo, los proveedores de servicios de publicidad política que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, apartados 1 a 3, de la Directiva 2013/34/UE harán esfuerzos razonables por facilitar la información solicitada sin demora injustificada y, cuando sea posible, antes de la fecha de las elecciones o el referéndum.***
3. Los proveedores de servicios de publicidad política designarán un punto de contacto para las interacciones con las autoridades competentes. Los proveedores de servicios de publicidad política que [...] cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, **apartados 1 a 3**, de la Directiva 2013/34/UE podrán designar como punto de contacto a una persona física externa.

Artículo 11

Transmisión de información a otras entidades interesadas

1. *Previa solicitud de las entidades interesadas, l* [...] los proveedores de servicios de publicidad política [...] transmitirán, *sin costes*, la información que *se les exige tener con arreglo* a los artículos 6 y 7 a *dichas* entidades [...] [...].

2. Las entidades interesadas que soliciten la transmisión de información de conformidad con el apartado 1 no estarán sujetas a intereses comerciales y pertenecerán a una o varias de las categorías siguientes:

- a) investigadores autorizados de conformidad con el artículo 31 del Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales];
- b) miembros de una organización de la sociedad civil cuyos objetivos estatutarios sean proteger y promover el interés público y autorizada en virtud del Derecho nacional o de la Unión;
- c) actores políticos [...]; [...]
- d) observadores electorales nacionales o internacionales [...] *reconocidos* en un Estado miembro[...]; *o*

d bis) periodistas.

[...]

3. A petición de una entidad interesada, el proveedor de servicios hará todo lo posible por facilitar la información solicitada o su respuesta motivada con arreglo al apartado 5 en el plazo de un mes.

4. Al preparar la información que debe facilitarse de conformidad con el apartado 1, el proveedor de servicios podrá agregar los importes pertinentes o situarlos en una horquilla, en la medida necesaria para proteger sus intereses comerciales legítimos.
5. Cuando las solicitudes con arreglo al apartado 1 sean manifiestamente infundadas, confusas o excesivas, en particular debido a su falta de claridad, el proveedor de servicios podrá negarse a responder. En este caso, el proveedor de servicios de que se trate enviará una respuesta motivada *e información sobre las vías de recurso* a la entidad interesada que presente la solicitud.
6. Cuando *el tratamiento de* las solicitudes a que se refiere el apartado 1 [...] implique costes significativos, el proveedor de servicios podrá cobrar una tasa razonable y proporcionada, que en ningún caso podrá superar los costes administrativos de facilitar la información solicitada.
7. Los proveedores de servicios soportarán la carga de demostrar que una solicitud es manifiestamente infundada, confusa o excesiva, o que las solicitudes [...] conllevan costes significativos de tramitación.

CAPÍTULO III: SEGMENTACIÓN Y AMPLIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD POLÍTICA

Artículo 12

Prohibiciones [...] relacionadas con la segmentación y la amplificación

1. Se prohíben las técnicas de segmentación o amplificación que impliquen el tratamiento de ***categorías especiales de*** datos personales a que se refieren el artículo 9, apartado 1, del Reglamento (UE) 2016/679 y el artículo 10, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725.
2. ***El apartado 1 [...] [...] no se aplicará a las situaciones contempladas en el artículo 9, apartado 2, letra [...] a), del Reglamento (UE) 2016/679 y en el artículo 10, apartado 2, letra a)[...], del Reglamento (UE) 2018/1725. A efectos de la aplicación del presente apartado, el consentimiento explícito en el sentido de los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725 se dará por separado y específicamente a efectos de publicidad política.***
- 2 bis. ***El apartado 1 no se aplicará a las situaciones contempladas en el artículo 9, apartado 2, letra d), del Reglamento (UE) 2016/679 y en el artículo 10, apartado 2, letra d), del Reglamento (UE) 2018/1725.***
3. ***Se prohíben las técnicas de segmentación o amplificación que impliquen el tratamiento de datos personales de un interesado que se sepa con una certeza razonable que está al menos un año por debajo de la edad de voto establecida por las normas nacionales en el contexto de la publicidad política.***

Artículo 12 bis

Requisitos específicos relacionados con la segmentación y la amplificación

- I[...].*** Cuando se utilicen técnicas de segmentación o amplificación en el contexto de la publicidad política que impliquen el tratamiento de datos personales, además de los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) 2016/679 y en el Reglamento (UE) 2018/1725, según proceda, los responsables del tratamiento cumplirán los siguientes requisitos:

- a) adoptarán, [...] aplicarán **y harán pública** una política interna que describa con claridad y en un lenguaje sencillo **cómo**[...] [...] **se usan** dichas técnicas [...], y mantendrán dicha política durante un período de cinco años **a partir del último uso de dichas técnicas**;
- b) mantendrán registros del uso de segmentación o amplificación, los mecanismos, técnicas y parámetros pertinentes utilizados y las fuentes de los datos personales utilizados;
- c) **garantizarán la prestación**[...], junto con **la indicación de que es un** anuncio político, **de** la información adicional necesaria para que la persona interesada pueda comprender la lógica aplicada y los principales parámetros de la técnica utilizada, así como el uso de datos de terceros y técnicas de análisis adicionales. **La información incluirá, al menos, los siguientes elementos:**
 - i) **los grupos específicos de destinatarios a los que se dirige, incluidos los parámetros utilizados para determinar los destinatarios a los que se difunde la publicidad;**
 - ii) **las categorías y la fuente de los datos personales utilizados en la segmentación y la amplificación;**

La[...] información **que debe incluirse recogerá también los** elementos [...] que figuran en el anexo II.[...]

- c bis)**[...] incluirán, [...] junto con el anuncio[...] **o** en el aviso de transparencia obligatorio en virtud del artículo 7, una referencia a vías eficaces para facilitar que las personas ejerzan sus derechos con arreglo al Reglamento (UE) 2016/679 **o al Reglamento (UE) 2018/1725, según proceda, en concreto una referencia al derecho de las personas a prestar o revocar su consentimiento según proceda, así como el derecho de oposición. Dicha referencia incluirá un enlace a una interfaz que permita el ejercicio de tal derecho.**

2[...]. [...] En caso de que el responsable del tratamiento sea distinto del editor de la publicidad **política**, el primero transmitirá la política interna [...] **y se asegurará de que la información a que se refiere el apartado 1, letras c) y c bis), sea comunicada** al editor de publicidad política, **para que este último pueda cumplir las obligaciones que le incumben**

en virtud del presente Reglamento. La información se transmitirá de manera oportuna y precisa de conformidad con las mejores prácticas y las normas del sector, mediante un proceso automatizado normalizado cuando sea técnicamente posible.

3. *Los proveedores de servicios de publicidad política transmitirán a los responsables del tratamiento, en caso necesario, la información necesaria para cumplir lo dispuesto en los apartados 1 y 2.*

5. [...]

4[...]. La información que debe facilitarse de conformidad con *los apartados 1 a 3* [...] se presentará en un formato fácilmente accesible y, cuando sea técnicamente posible, legible por máquina de lectura mecánica, claramente visible y fácil de usar, en particular mediante el uso de un lenguaje sencillo.

7. [...]

5[...]. La Comisión **estará** facultada para adoptar actos delegados con arreglo al artículo 19 para modificar el anexo II **añadiendo o** modificando [...] elementos de la lista de información **que en él figura**[...] a la luz de la evolución tecnológica, de la investigación científica pertinente y de la evolución de la supervisión por parte de las autoridades competentes y de las orientaciones correspondientes emitidas por los organismos competentes **y a condición de que se mantengan los elementos recogidos en el apartado 1 quater del presente artículo.**

Artículo 13

Transmisión de información sobre segmentación o amplificación a otras entidades interesadas

1. [...] [...] **Los** responsables del tratamiento [...] adoptarán las medidas adecuadas para transmitir, previa solicitud de las entidades interesadas de conformidad con el artículo 11, apartado 1, **y gratuitamente**, la información mencionada en el artículo 12 **bis**.

2. El artículo 11, apartados 2 a 7, se aplicará *mutatis mutandis*.

CAPÍTULO IV: SUPERVISIÓN Y EJECUCIÓN

Artículo 14

Representante legal

1. Los proveedores de servicios que presten servicios de publicidad política en la Unión pero no tengan un establecimiento en ella designarán por escrito a una persona física o jurídica como su representante legal en uno de los Estados miembros en los que el proveedor ofrezca sus servicios. ***El representante legal designado se registrará con la autoridad competente a que se refiere el apartado 2 bis.***
- 1 bis. En caso de que los proveedores de servicios de publicidad política incumplan sus obligaciones con arreglo al apartado 1, los Estados miembros tomarán las medidas necesarias para asegurar el cumplimiento del presente Reglamento, en particular la interrupción de la publicación o difusión al público de la publicidad política pertinente cuando su cumplimiento no se pueda asegurar por otros medios.***
2. El representante legal será responsable de garantizar el cumplimiento de las obligaciones que incumben al proveedor de servicios representado en virtud del presente Reglamento, y será el destinatario de todas las notificaciones al proveedor de servicios en cuestión previstas en el presente Reglamento. Toda notificación enviada a dicho representante legal será considerada una notificación al proveedor de servicios representado.
- 2 bis. Los Estados miembros designarán una autoridad competente responsable de la publicación en línea y de la actualización periódica de la información sobre los representantes legales designadas que se hayan registrado con arreglo al apartado 1. Los Estados miembros transmitirán a la Comisión los vínculos a los sitios web pertinentes.***
- 2 ter. La Comisión creará un portal en el que proporcionará los vínculos a los sitios web proporcionados por los Estados miembros con arreglo al apartado 2 bis.***

Artículo 15

Autoridades competentes y puntos de contacto

1. Las autoridades de control a que se refieren el artículo 51 del Reglamento (UE) 2016/679 o el artículo 52 del Reglamento (UE) 2018/1725 serán competentes para supervisar la aplicación [...] de los artículos 12 y **12 bis** del presente Reglamento en sus respectivos ámbitos de competencia. El artículo 58 del Reglamento (UE) 2016/679 y el artículo 58 del Reglamento (UE) 2018/1725 se aplicarán *mutatis mutandis*. El capítulo VII del Reglamento (UE) 2016/679 se aplicará a las actividades objeto de **los artículos 12 y 12 bis** del presente Reglamento.
2. Los Estados miembros designarán autoridades competentes para vigilar que los proveedores de servicios intermediarios en el sentido del Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] cumplan las obligaciones establecidas en los artículos 5 a 11 y 14 del presente Reglamento, cuando proceda. Las autoridades competentes designadas en virtud del Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] también podrán ser una de las autoridades competentes designadas para vigilar el cumplimiento por parte de los intermediarios en línea de las obligaciones establecidas en los artículos 5 a 11 y 14 del presente Reglamento. El coordinador de servicios digitales a que se refiere el artículo 38 del Reglamento (UE) 2021/XXX en cada Estado miembro será responsable de garantizar la coordinación a nivel nacional con respecto a los proveedores de servicios intermediarios, tal como se definen en el Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales]. El artículo 45, apartados 1 a 4, y el artículo 46, apartado 1, del Reglamento (UE) 2021/XXX [Reglamento de Servicios Digitales] serán aplicables a las cuestiones relacionadas con la aplicación del presente Reglamento en lo que respecta a los proveedores de servicios intermediarios.
3. Cada Estado miembro designará una o varias autoridades competentes que serán responsables de la aplicación y ejecución de los aspectos del presente Reglamento no contemplados en los apartados 1 y 2. ***Estas autoridades competentes pueden ser distintas de las indicadas en los apartados 1 y 2.*** Cada autoridad competente designada en virtud del presente apartado gozará estructuralmente de plena independencia del sector y de cualquier injerencia exterior o presión política. Con total independencia, ejercerá una vigilancia eficaz y adoptará las medidas necesarias y proporcionadas para garantizar el cumplimiento del presente Reglamento.

4. [...]
5. Las autoridades competentes contempladas en el apartado 3, cuando ejerzan sus **funciones y competencias** de **supervisión y [...]** ejecución en relación con el presente Reglamento, estarán facultadas para:
- a bis) solicitar el acceso a los datos, documentos o cualquier otra información, en particular del patrocinador o de los proveedores de servicios de publicidad política en cuestión;**
- a) dirigir a los proveedores de servicios de publicidad política una advertencia cuando incumplan las obligaciones del presente Reglamento;
- a bis) ordenar el cese de las infracciones y exigir a los patrocinadores o a los proveedores de servicios de publicidad política que tomen las medidas necesarias para dar cumplimiento al presente Reglamento, al tiempo que se respetan los derechos fundamentales de libertad de expresión y de información;**
- b) publicar una declaración en la que se identifique a la persona o personas físicas y jurídicas responsables del incumplimiento de una obligación establecida en el presente Reglamento y la naturaleza de dicha infracción;
- c) imponer multas [...] o [...] sanciones pecuniarias [...] y, **en su caso, otros remedios, para poner fin a la infracción o solicitar a una autoridad judicial de su Estado miembro que lo haga;**
6. Los Estados miembros garantizarán la cooperación **eficaz y estructurada a escala nacional** entre **todas** las autoridades competentes **pertinentes designadas con arreglo a los apartados 1 a 3 [...]**, a fin de facilitar el intercambio rápido y seguro de información sobre cuestiones relacionadas con el ejercicio de sus funciones y **competencias** de control y ejecución con arreglo al presente Reglamento, en particular mediante [...] la puesta en común de constataciones y conocimientos especializados **para ayudar en la identificación de infracciones** y el mantenimiento de contactos de cara a la aplicación y ejecución de las normas pertinentes.

- 6 bis.** *Los expertos designados por los Estados miembros se reunirán periódicamente a escala de la Unión, en particular en el marco de la Red Europea de Cooperación Electoral en estrecha colaboración con el Grupo de Reguladores Europeos de Servicios de Medios Audiovisuales (ERGA) y otras redes pertinentes para facilitar el intercambio rápido y seguro de información sobre cuestiones relacionadas con el ejercicio de sus funciones de control y ejecución de conformidad con el presente Reglamento.*
7. Cada Estado miembro designará una autoridad competente como punto de contacto a escala de la Unión a efectos del presente Reglamento.

Artículo 15 bis

Cooperación transfronteriza

- 1.** *El cumplimiento con el presente Reglamento por parte de proveedores de servicios de publicidad política será competencia del Estado miembro en el que el proveedor tiene su sede. En caso de que el proveedor esté establecido en más de un Estado miembro, se considerará que está bajo la jurisdicción del Estado miembro en el que tenga su establecimiento principal.*
- 2[...].** *Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados 1 y 2 del artículo 15 y en el apartado 1 del presente artículo, [...] la autoridad competente o autoridades competentes de todos [...] los Estados miembros cooperarán y se asistirán mutuamente cuando sea necesario.*

[...]

[...][...]

3.[...]Cuando reciba una solicitud justificada de otra autoridad competente, *una [...] autoridad competente prestará asistencia a la otra autoridad competente **sin demoras injustificadas y no más tarde de un mes después de la recepción de la solicitud** para que las medidas de control o ejecución a que se refieren el [...] apartado [...] 5 del artículo 15* puedan aplicarse de manera eficaz, eficiente y coherente. Cuando [...] [...] *reciba una solicitud justificada de información de la autoridad competente de otro Estado miembro*, a través de los puntos a que se refiere el *artículo 15*, apartado 7, una [...] autoridad competente *proporcionará a la anterior autoridad competente la información solicitada sin demoras injustificadas y no más tarde de catorce días después de la recepción de la solicitud. El plazo se puede prorrogar un mes en aquellos casos que exijan una mayor investigación o información de varias autoridades competentes.* [...]

4. *En aquellos casos en que la autoridad competente de un Estado miembro tenga motivos para sospechar que un proveedor de servicios de publicidad política cuyo establecimiento principal se encuentre en otro Estado miembro ha infringido el presente Reglamento en su territorio, notificará a la autoridad competente del establecimiento principal a través del punto de contacto a que se refiere el artículo 15, apartado 7.*

5. *Las notificaciones con arreglo al apartado 4 estarán debidamente motivadas e indicarán, al menos, lo siguiente:*

a) *la información que permita la identificación del proveedor de servicios de publicidad política;*

- b) *una descripción de los hechos pertinentes, las disposiciones pertinentes del presente Reglamento y las razones por las que la autoridad competente que transmitió la notificación de que el proveedor de servicios interesado había infringido el presente Reglamento, en particular, según proceda, una descripción de los hechos que permitiría evaluar los criterios establecidos en el artículo 16, apartado 3;*
 - c) *el lugar en el que se puede obtener el anuncio político en cuestión o una copia del mismo;*
 - d) *cualquier otra información que la autoridad competente que ha enviado la notificación considere pertinente, como, por ejemplo, en su caso, información que haya recopilado por iniciativa propia.*
6. *La autoridad competente del establecimiento principal podrá solicitar información adicional a la autoridad competente que emitió la notificación a que se refiere el apartado 4 en caso de que no cuente con información suficiente para dar respuesta a la notificación, en cuyo caso esta última transmitirá la información solicitada sin demora injustificada.*
7. *La autoridad competente del establecimiento principal transmitirá a la autoridad competente que emitió la notificación su evaluación de la presunta infracción e información adicional sobre las medidas de control o ejecución que se hayan tomado, o que esté previsto tomar, para asegurar el cumplimiento con el presente Reglamento, y lo hará sin demora injustificada y no más tarde que un mes tras recibir la notificación a que se refiere el apartado 4 o, en su caso, tras recibir la información a que se refiere el apartado 6.*
8. *La autoridad competente del establecimiento principal podrá iniciar y realizar una investigación conjunta con la participación de la autoridad competente interesada o de las autoridades competentes interesadas en aquellos casos en los que la investigación de una presunta infracción se refiere a la prestación de servicios de publicidad política en uno o más Estados miembros en los que el proveedor no tenga su establecimiento principal.*
- a) *bajo su propia iniciativa o tras el acuerdo de la autoridad competente o de las autoridades solicitadas; o*

b) a petición de otra autoridad competente o autoridades competentes, a partir de la sospecha fundada de que la prestación de servicios de publicidad política por un proveedor de servicios establecido en el Estado miembro del establecimiento principal ha infringido el presente Reglamento o ha afectado de manera sustancial a individuos en el territorio de la autoridad competente o autoridades competentes que han formulado la solicitud.

9. *A los efectos del apartado 8, la autoridad competente que solicite el inicio de una investigación conjunta proporcionará a la otra autoridad competente o autoridades competentes toda la información a que se refiere el apartado 5. Una autoridad competente transmitirá a la otra autoridad competente o autoridades competentes una explicación razonada a tal efecto en caso de que opte por no participar en la investigación conjunta. [...]*

10. *Al realizar una investigación conjunta, las autoridades competentes cooperarán de buena fe, y ejercerán sus competencias de investigación según sea necesario para la investigación de la presunta infracción. Las autoridades competentes en una investigación conjunta se informarán mutuamente sobre cualquier actuación de ejecución que inicien o que tengan previsto iniciar.*

Artículo 16

Sanciones

1. [...] Los Estados miembros establecerán el régimen de sanciones, incluidas multas [...] o [...] sanciones pecuniarias y, *según proceda, otros remedios*, aplicables a los proveedores de servicios de publicidad política [...] por infracciones de los *artículos 5 a 11, 13 y 14, y a los patrocinadores por infracciones de los artículos 5 bis y 6 bis*. [...] *Las sanciones [...]* en cada caso serán efectivas, proporcionadas y disuasorias. *Al fijar las sanciones aplicables, se tendrán en cuenta las normas que rigen la libertad de prensa y la libertad de expresión en otros medios y las normas o códigos que rigen la profesión periodística.*

1 bis. *El importe máximo de la sanción pecuniaria que se podrá imponer se basará en la capacidad económica de la entidad sujeta a sanciones, y será:*

- a) el más alto de entre el 4 % de los ingresos totales anuales o del presupuesto del patrocinador o del proveedor de servicios de publicidad política, según proceda, o*
- b) el 4 % del volumen de negocios mundial anual del patrocinador o del proveedor de servicios de publicidad política en el ejercicio anterior.*

2. Los Estados miembros notificarán el régimen de sanciones a la Comisión en el plazo de doce meses a partir de la entrada en vigor del presente Reglamento, y le comunicarán de inmediato cualquier modificación posterior.

3. A la hora de decidir el tipo de sanción [...] y su graduación, se tendrá debidamente en cuenta en cada caso particular, entre otros aspectos, los siguientes:

- a) la naturaleza, gravedad y duración de la infracción;
- b) la intencionalidad o negligencia en la infracción;
- c) las posibles medidas adoptadas para mitigar cualquier daño;
- d) cualquier infracción pertinente cometida anteriormente o cualquier otro factor agravante o atenuante aplicable a las circunstancias del caso; y
- e) el grado de cooperación con la autoridad competente.

e bis) el tamaño y la capacidad económica de la entidad sujeta a sanciones, en su caso.

4. Las infracciones de los artículos **7, 9 y 10** se considerarán especialmente graves cuando se refieran a publicidad política publicada o difundida durante *el último mes antes de unas elecciones o un referéndum* [...] y dirigida a ciudadanos del Estado miembro en el que se organicen las elecciones *o el referéndum* de que se trate.
5. [...]
6. En caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas en [...] **los artículos 12 y 12 bis**, las autoridades de control a que se refiere el artículo 51 del Reglamento (UE) 2016/679 podrán, dentro de su ámbito de competencia, imponer multas [...] de conformidad con el artículo 83 del Reglamento (UE) 2016/679 y hasta el importe mencionado en el artículo 83, apartado 5, de dicho Reglamento.
7. En caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas en [...] **los artículos 12 y 12 bis**, la autoridad de control a que se refiere el artículo 52 del Reglamento (UE) 2018/1725 podrá imponer, dentro de su ámbito de competencia, multas [...] de conformidad con el artículo 66 del Reglamento (UE) 2018/1725 hasta el importe mencionado en el artículo 66, apartado 3, de dicho Reglamento.

Artículo 16 bis

Notificaciones a la autoridad competente

Sin perjuicio de otros procedimientos administrativos o tutela judicial, las autoridades competentes atenderán debidamente cualquier notificación que reciban en relación con una posible infracción del presente Reglamento y, al menos cuando así se solicite, informarán a la persona que realizó la notificación sobre la actuación consecutiva que se haya hecho al respecto. Durante el último mes antes de unas elecciones o un referéndum, cualquier notificación recibida en relación con dichas elecciones o referéndum se atenderá sin demora injustificada.

Artículo 17

Publicación de fechas de elecciones y referéndums [...]

1. Los Estados miembros publicarán las fechas de sus *elecciones y referéndums* [...] en un lugar fácilmente accesible, y con la correspondiente mención al presente Reglamento.
2. ***La Comisión proporcionará un portal mediante el cual los Estados miembros proporcionarán las fechas de sus elecciones o referéndums inmediatamente después de su anuncio. Dicho portal estará a disposición del público.***

CAPÍTULO V: DISPOSICIONES FINALES

Artículo 18

Evaluación y revisión

1. En el plazo de dos años tras cada elección al Parlamento Europeo, y por primera vez el 31 de diciembre de 2026 a más tardar, la Comisión presentará un informe sobre la evaluación y revisión del presente Reglamento. En él se evaluará la necesidad de modificar el presente Reglamento, *en particular en relación con:*
 - a) *la eficacia del presente Reglamento en lo relacionado con los medios concretos de publicidad política;*
 - b) *una mayor restricción del procesamiento de datos personales con fines de técnicas de segmentación y amplificación reguladas con arreglo al presente Reglamento;*
 - c) *los efectos del presente Reglamento sobre los agentes de pequeñas y medianas empresas;*
 - d) *el tipo e importe de las sanciones impuestas por los Estados miembros;*
 - e) *el establecimiento de repositorios públicos para toda la publicidad política en línea.*
2. Dicho informe se hará público.

Artículo 19

Ejercicio de la delegación

1. Se otorgan a la Comisión los poderes para adoptar actos delegados en las condiciones establecidas en el presente artículo.
2. Los poderes para adoptar actos delegados mencionados en el artículo 7, apartado 8, y en el artículo **12 bis**, *apartado 5*,[...] se otorgan a la Comisión por un periodo de **tres años a partir de...**[fecha de entrada en vigor del acto legislativo de base o cualquier otra fecha

establecida por los colegisladores]. La delegación de poderes se prorrogará tácitamente por períodos de idéntica duración, excepto si el Parlamento Europeo o el Consejo se oponen a dicha prórroga a más tardar tres meses antes del final de cada período. [...]

3. La delegación de poderes mencionada en el artículo 7, apartado 8, y el artículo **12 bis**, **apartado 5**,[...] podrá ser revocada en cualquier momento por el Parlamento Europeo o por el Consejo. La decisión de revocación pondrá término a la delegación de los poderes que en ella se especifiquen. La decisión surtirá efecto el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea o en una fecha posterior indicada en ella. No afectará a la validez de los actos delegados que ya estén en vigor.
- 3 bis.** *Antes de la adopción de un acto delegado a que se refiere el artículo 7, apartado 8, la Comisión consultará a los expertos designados por cada Estado miembro de conformidad con los principios establecidos en el Acuerdo interinstitucional sobre la mejora de la legislación de 13 de abril de 2016.*
4. Tan pronto como la Comisión adopte un acto delegado lo notificará simultáneamente al Parlamento Europeo y al Consejo.
5. Los actos delegados adoptados en virtud del artículo 7, apartado 8, y el artículo **12 bis**, apartado 5,[...] entrarán en vigor únicamente si, en un plazo de dos meses a partir de su notificación al Parlamento Europeo y al Consejo, ninguna de estas instituciones formula objeciones o si, antes del vencimiento de dicho plazo, ambas informan a la Comisión de que no las formularán. El plazo se prorrogará dos meses a iniciativa del Parlamento Europeo o del Consejo.

Artículo 20

Entrada en vigor y aplicación

1. El presente Reglamento entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea.
2. Será aplicable a partir de ***doce meses después de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea [...]***.
3. El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el

Por el Parlamento Europeo

La Presidenta / El Presidente

Por el Consejo

La Presidenta / El Presidente

Información que debe presentarse en virtud del artículo 7, apartado 2

- a) cuando el aviso no figure en el propio anuncio, un ejemplo o representación del anuncio político o un enlace con él;
- b) la identidad y el lugar de establecimiento del patrocinador en cuyo nombre se difunde el anuncio, incluidos su nombre, dirección, número de teléfono y dirección de correo electrónico, y si se trata de una persona física o jurídica;
- b bis) la información requerida en virtud de la letra b) sobre la persona física o jurídica que paga una remuneración a cambio del anuncio político, si dicha persona es diferente del patrocinador.***
- c) el período durante el cual se difunde el anuncio político y, cuando proceda y el editor tenga conocimiento de ello, el hecho de que ese mismo anuncio haya sido difundido en el pasado;
- d) las elecciones con las que está relacionado el anuncio, si procede;
- e) el importe total provisional gastado y el valor de otras prestaciones recibidas en contraprestación parcial o total por el anuncio específico, también respecto a la campaña publicitaria específica, cuando proceda, incluidas la preparación, inserción, promoción, publicación y difusión de la publicidad política, así como el importe total efectivamente gastado y el valor de otras prestaciones recibidas una vez conocidas;
- f) ***información sobre*** las fuentes de los fondos utilizados para la campaña publicitaria específica, en particular para la preparación, inserción, promoción, publicación y difusión de los anuncios políticos;
- g) información significativa sobre la metodología utilizada para el cálculo de los importes y valores mencionados en la letra e);

- h) cuando el editor sea una plataforma en línea de muy gran tamaño, un enlace a la ubicación del anuncio en el repositorio del editor;
- i) cuando el anuncio esté vinculado a elecciones o referendos específicos, enlaces a información oficial sobre las modalidades de participación en las elecciones o referendos de que se trate;
- j) información sobre el mecanismo establecido en virtud del artículo 9.

Información que debe presentarse en virtud del artículo 12 bis, apartado 1 [...]

- a) los grupos específicos de destinatarios segmentados, incluidos los parámetros utilizados para determinar los destinatarios entre los que se difunde la publicidad, con el mismo nivel de detalle que el utilizado para la segmentación, las categorías de datos personales utilizados para la segmentación y amplificación, los objetivos de la segmentación y amplificación, los mecanismos y la lógica, incluidos los parámetros de inclusión y exclusión y las razones para elegir dichos parámetros;
 - b) el período de difusión, el número de personas entre las que se difunde el anuncio e indicaciones del tamaño del público destinatario dentro del electorado pertinente;
 - c) la fuente de los datos personales a que se refiere la letra a), incluida, cuando proceda, información sobre si los datos personales se han derivado, inferido u obtenido de un tercero y su identidad, así como un enlace al aviso de protección de datos de dicho tercero para el tratamiento en cuestión;
 - d) un enlace a vías eficaces para facilitar que las personas ejerzan sus derechos con arreglo al Reglamento (UE) 2016/679 o al Reglamento (UE) 2018/1725, según proceda, en el contexto de la segmentación y amplificación de la publicidad política sobre la base de sus datos personales.
- d bis) un enlace o una indicación clara de dónde puede obtenerse fácilmente la política a que se refiere el apartado 12 bis, letra a).***
-